AMMAPPALITALIA

HAPPYCENTRO

DISPLAY CITY

ALTA ROMA

GESCOM

FABLAB

LACHAPELLE

NO-FI

ILLUSTRAZIONE ALEKSANDRA BELOVA

insight

COLOPHON// MAR 2016

accademia di belle arti di roma

n°5

Pubblicazione Periodica

Sede
Accademia di Belle Arti di Roma
via di Ripetta, 222
00187 Roma

Direttore Responsabile
Enrico Pusceddu

Comitato di Direzione
Stefano Mosena
Francesco Mazzenga
Guendalina Fazioli

Si ringrazia per la collaborazione
Alessandra Cigala, Sara Linford, David LaChapelle, Alexis Sweet, Dario Evola, Mauro Ceolin, Pasquale Cavorsi, Marta Russo, Valeria Quadri, Giovanni De Mauro, Rocco Converti, Marcello Di Donato, Massimo Arduini, Alberto Moretti, Stefano Varano, Rotary Club, Giuseppe Perrone, Gescom S.p.A., Federico Galvani, Federico Padovani, Anna Rodighiero, Marco Saverio Loperfido, Rosa Sabina Passavanti

REDAZIONE

Aleksandra Belova

Alessio Camponeschi

Giulia Bernardini

Germana Della Rocca

Sabina Kerimova

Jessica Grandola

Gloria Colaianni

Elisabetta Matonti

Victor Giuliani

Paolo Putorti

Simone Romani

Laura Anna Cecchini

Ilaria Costa Pluvini

Monica Masotto

SOMMARIO
insight

ILLUSTRAZIONE GUO XU

VETRINA TESI

VETRINA DEGLI STUDENTI

RIFLESSIONI

ILLUSTRAZIONE GIULIA BELCASTRO

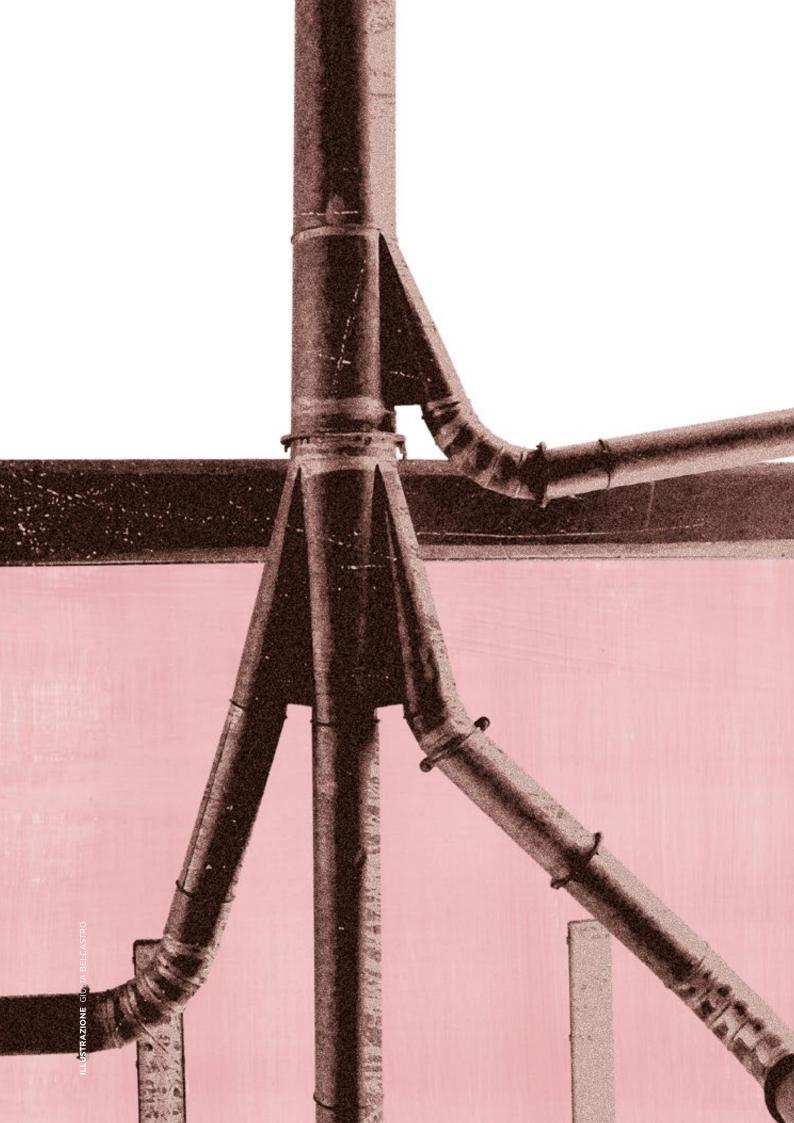
C'è una differenza fondamentale tra conoscenza ed esperienza, la sola conoscenza non è utile se non si è in grado di eseguire connessioni, da qui l'importanza di alimentare e acquisire idee, esperienze e conoscenze dal mondo che ci circonda, con l'intento di stabilire ed effettuare collegamenti tra punti di vista diversi, mettendoli insieme, facendoli dialogare e integrandone le connessioni, al fine di alimentare pensiero creativo e nuove idee.
E proprio lo "spazio dell'esperienza", da intendersi come viaggio, analisi, studio e riflessione sulla conoscenza del proprio e dell'altrui lavoro, diviene in questo nuovo numero l'espediente per instaurare connessioni sul concetto di viaggio come metafora.

SGUARDI
INTERAZIONI
EMOZIONI
PROFESSIONALITÁ
AZIONE
VISIONE
CREATIVITÁ
TRASFORMAZIONE

Amo pensare al viaggio come metafora di conoscenza, ricerca ed esplorazione, tessere esperienze diverse, l'io individuale e i compagni di viaggio. Quanti modi esistono per viaggiare? Le forme del viaggio sono diverse e variamente articolate, infiniti itinerari da elaborare che tracciano mappe del nostro vissuto, creando proiezioni di noi stessi, atteggiamenti mentali e culturali, modi diversi di guardare il mondo dentro e fuori di noi.
Curiosità e conoscenza, un binomio inscindibile, nasce così il desiderio, l'amore, l'aspirazione, mettersi in viaggio. Un cammino che nel suo mutamento si tramuta in ricerca, consapevolezza, esplorazione ed esperienza, argomenti diversi tra loro per concezione, stile, ideologia e forme profondamente varie di creatività personale.
La conoscenza nel suo flusso diviene ricerca, sogno, immaginazione, memoria, evoluzione, cambiamento e trasformazione in divenire.
La sua funzione conoscitiva ne potenzia la dimensione intellettuale, all'interno di un processo d'individuazione e di realizzazione del sé, producendo nuove esperienze: formative, orientative, sociologiche, ma anche emotive ed etiche.
Nello specifico di questo nuovo numero, il viaggio diviene strumento di esplorazione tra diversi itinerari, con l'intento trasversalmente formativo, che si carica di obiettivi diversi, fatto per comprendere, studiare, osservare e sapere.
Viaggio da intendersi come elemento forte della formazione: attraverso un suo contrassegno metaforico che ne determina l'ingrediente costitutivo, strutturale, legato sia al suo processo reale, sia al suo orizzonte immaginario, nel quale s'intrecciano contenuti ed esperienze diverse.
Il ruolo centrale di questo nuovo percorso lo occupa la mente del viaggiatore, aperta al mutamento, che vede nel viaggio un agente e un modello di trasformazione e quindi lo rende un terreno comune di metafore, luogo privilegiato dell'esperienza, del fare-esperienza; mente che accoglie del viaggio anche l'elemento di apertura fantastica e di rigenerazione, di comunanza con altri: i compagni e gli incontrati.
Così il viaggio si fa momento e metafora della formazione, suo strumento e modello, capace di illuminare la dialettica del formarsi, al fine d'instaurare un equilibrio dinamico che apra al mutamento, alla trasformazione, al risveglio dal torpore, per tornare a dare la giusta attenzione a ciò che ci circonda e ci abita dentro.
Ognuno ha nel suo intimo una forma di viaggio che gli appartiene, la nostra mente è la principale artefice del viaggio. Il solo pensiero lo è, ogni attimo, ogni ora di ogni giorno è un viaggio, luogo di trasposizioni culturali, mentali ed emozionali condivisibili, caleidoscopio di riflessioni, ma nello specifico, conquista cognitiva.
E allora... farsi attraversare da conoscenze ed esperienze che depositano dentro di noi tracce da seguire, analizzare e approfondire, espressioni mentali e culturali, atte a provocare un processo di ri-generazione... la pagina bianca diviene lo spazio ottico, mentale e culturale, sulla quale s'imprimono, tra parole e immagini, le nostre esperienze di viaggio: tra passione, creatività, ricerca, condividendo e sperimentando punti di vista.

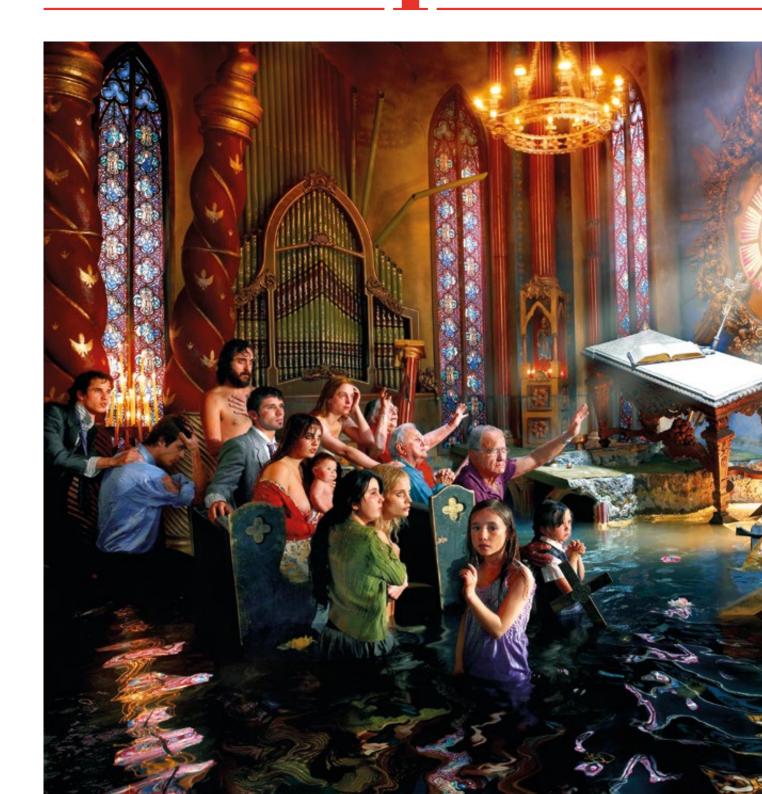
OGNUNO HA NEL SUO INTIMO UNA FORMA DI VIAGGIO CHE GLI APPARTIENE, LA NOSTRA MENTE È LA PRINCIPALE ARTEFICE DEL VIAGGIO.

Enrico Pusceddu

ILLUSTRAZIONE GIULIA BELCASTRO

Le nostre valigie erano di nuovo ammucchiate
sul marciapiede; avevamo molta strada da fare.
Ma non importava, la strada è la vita.

Jack Kerouac

LO SPAZIO DELL'ESPERIENZA

ILLUSTRAZIONE JESSICA GRANDOLA

David LaChapelle

RACCONTA DI SÉ E DEL MONDO AGLI STUDENTI DELL'ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI ROMA

© DAVID LACHAPELLE / AFTER THE DELUGE: CATHEDRAL (2007)

In occasione della mostra *After the Deluge* al Palazzo delle Esposizioni - conclusa il 13 Settembre 2015 - il fotografo ed artista statunitense David LaChapelle è tornato a far visita alla città eterna, la stessa città che anni prima si presentò a lui come una rivelazione, successivamente alla sua visita ai Musei Vaticani ed in particolare in seguito alla visione dell'opera di Michelangelo, da cui rimase travolto al punto da esserne influenzato nelle sue produzioni artistiche, come possono suggerire alcune delle prossime immagini. In questa nuova visita nella capitale, il grande fotografo incontra per la prima volta gli studenti dell'Accademia di Belle Arti di Roma nella storica sede in piazza Ferro di Cavallo. L'evento, introdotto dalla professoressa Sarah Linford, ha visto coinvolgere in un dialogo aperto e incondizionato gli studenti e LaChapelle, che ha raccontato a parole e per immagini la sua trentennale esperienza artistica e professionale. Un racconto naturalmente autoreferenziale, ma che ha lasciato spazio a sensazioni, consigli, perle ed aneddoti, da parte del fotografo, che ha esortato gli studenti a seguire il proprio istinto, con determinazione e fiducia, per trovare la propria strada nella vita, come lui stesso affermerà: "In quanto giovani artisti avete l'opportunità di dire qualcosa, di cambiare il mondo, ispirare le persone ed emozionarle". Le pagine che seguono si propongono come un racconto che ripercorre il viaggio artistico, personale e professionale di David LaChapelle; un viaggio pregno di passaggi incerti ma anche di punti di svolta, come quello di ognuno di noi.

Introduzione di Simone Cera
Traduzione di Sarah Linford
Testo a cura di Alessandra Cigala

KISSING SAILORS (1995)

Ho sempre desiderato, in tutta la mia vita, essere un artista e, in fondo, ho sempre saputo che lo sarei diventato. Quando ero bambino, a scuola, non prestavo molta attenzione alle lezioni, in particolare a quelle di matematica. Disegnavo e dipingevo in continuazione, con me avevo sempre matite e pastelli a cera. Quando, a 15 anni, ho lasciato la scuola, perché vittima di bullismo, mi sono trasferito a New York nell'East Village. Continuavo sempre a disegnare e a dipingere. A 17 anni ho frequentato un corso di fotografia; avevo paura che le macchine fotografiche avessero troppo a che fare con la matematica, mi resi invece conto che nella fotografia non c'è poi così tanta tecnica, si tratta piuttosto di avere occhio e intuizione. Me ne sono innamorato fin dal primo momento in cui ho iniziato a usare una fotocamera, pur non avendo, dopo questa scoperta, mai smesso di disegnare.

Nel 1984 ho cominciato a esporre i miei lavori insieme a un mio amico, nel suo loft a Downtown, a New York. Molte persone conoscono le mie opere solo in forma di grandi produzioni e grandi progetti, questo può intimorire gli studenti che iniziano quest'attività senza molte possibilità economiche. Eppure, da quando ho iniziato e per tutto il decennio successivo, ho continuato a fare fotografie senza riuscire a guadagnare. Il punto è che si può creare con o senza soldi. Non dovete farvi intimidire dal tipo di budget con cui ho realizzato alcune delle foto che ho fatto in seguito, quando ho avuto a disposizione grandi mezzi. All'inizio realizzavo foto in bianco e nero, da solo, e usavo come modelli me stesso o il mio amico. Pian piano il lavoro è cresciuto. In principio ho trascorso molti anni in camera oscura, sperimentando, facendo foto in bianco e nero prima di passare a quelle a colori. Ho iniziato a lavorare con i negativi, disegnandoci e dipingendoci sopra, per poi incollarli con il nastro adesivo: era ovviamente l'epoca delle foto analogiche.

Il mio primo approccio al colore è avvenuto negli anni '80, quando ho cominciato a riflettere su questioni quali la vita oltre la morte e l'esistenza dell'anima, perché molti dei miei coetanei iniziarono a morire velocemente di AIDS. Ho pensato che non avrei vissuto a lungo neanche io; mi ponevo molte domande su ciò che accade dopo la morte, riflettevo sull'anima. Cosa succede all'energia che è in noi? Dov'è e dove va l'energia di qualcuno che muore a soli 24 anni? È per questo che ci sono tante immagini, tra i miei lavori, in cui si vedono angeli con le ali. Molto prima dell'avvento di Photoshop ho provato a giocare con il misticismo e a mostrare l'infotografabile. Ho sempre pensato che gli artisti del passato dipingessero l'anima come un angelo. Non c'è un modo per descrivere visivamente

> "Credo che l'arte abbia un valore maggiore di quello soltanto economico: può cambiare il mondo"

l'anima se non come una figura alata, che possa volare. Gli angeli sono diventati figure importanti per me. Questa idea di avere un'anima e cercare di rappresentarla in una fotografia, fa pensare che operiamo su un piano più alto di quello prettamente materiale.
Ho sperimentato il colore in camera oscura negli anni '80. Ho fatto la serie chiamata *Chain of Life*: una catena di anelli di carta su cui erano ritratti corpi maschili e femminili, simile a quelle che da bambini si ritagliano con le forbici. Ho sempre voluto che il mio lavoro fosse semplice e diretto, facile da comprendere. Per questo ho realizzato questa serie, che comunica un senso di interconnessione: ho pensato che esprimesse l'idea di un'interdipendenza tra le persone, l'unità dell'umanità. A quei tempi era diffusa la rivista di Warhol, *Interview*, molto importante per noi e per la cultura pop in generale. Andy venne a una delle mie mostre in galleria a New York e mi chiese se avessi voluto collaborare con loro. Ero molto emozionato perché volevo lavorare con la fotografia, in qualsiasi modo: era proprio quello che volevo fare.

> "La Fotografia è sempre stata per me ciò che potevo dare al mondo, non ciò che potevo ottenere"

Prima di morire Warhol mi ha commissionato dei lavori ed è stato divertente fare il fotografo da professionista, essere pagato per pubblicare su un magazine. La mia prima foto pubblicata sulla loro rivista fu *The Beastie Boys*, a Times Square. Lavorare per *Interview* mi ha portato poi a collaborare con molti altri magazine.
Sono sempre andato dove la vita mi spingeva. Quando si chiude una porta, se ne apre un'altra: così ho iniziato a lavorare per le riviste. All'epoca gallerie e riviste facevano parte di contesti separati, un ambito era considerato commerciale e l'altro artistico, secondo un preconcetto insuperabile. New York era un posto incredibile per vivere negli anni '80, nell'East Village. C'era così tanta arte, Jean-Michel Basquiat, Keith Haring, Andy Warhol. Ma sono stati anche tempi spaventosi, c'era la paura dell'AIDS, avevamo molti amici che stavano morendo, era un'epoca che si sarebbe potuta definire attraverso la frase iniziale della *Tale of Two Cities* di Dickens: "Era il tempo migliore ed il tempo peggiore". Allora ho iniziato a lavorare il più possibile, mi perdevo nel lavoro e amavo tutto questo. E non pensavo mai che avrei potuto mostrare le mie opere nelle gallerie. *Kissing Sailors*, del 1995, è la foto di una campagna pubblicitaria per Diesel Jeans, una reinterpretazione personale delle fotografie dell'epoca dell'entrata in guerra degli Stati Uniti dopo Pearl Harbour. Quando è stata concepita, era molto dibattuta la questione dell'interdizione degli omosessuali dall'esercito. Già allora, con questa immagine, mostravo il mio impegno sociale: eravamo nei primi anni '90. I magazine mi davano un pubblico con il quale condividere i miei lavori. Anche nel contesto della fotografia di moda cercavo di diffondere le mie idee: all'epoca si trattava di un medium molto efficace. *My Own Marilyn*, del 2002, è un omaggio alla pittura di Andy Warhol. Ho utilizzato come modello il mio amico transessuale Lepore. I ritratti di Warhol sono sempre stati

WHEN THE WORLD IS THROUGH (2005)

JESUS IS MY HOMEBOY - SERMON (2003)

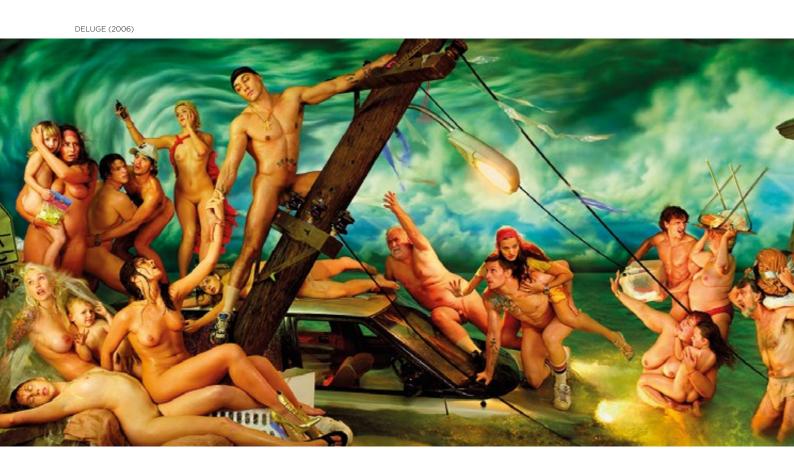
BURNING DOWN THE HOUSE (1996)

MY OWN MARILYN (2002)

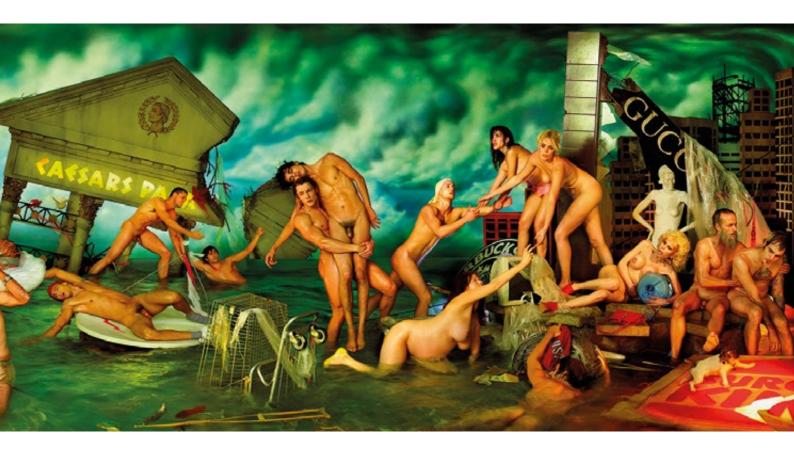
i miei preferiti e avrei voluto possederne qualcuno, ma non potevo permettermi di acquistarli, così ne ho fatto una mia versione. In onore del mio primo datore di lavoro. A volte realizzo anche immagini di evasione e leggere, che non hanno nessun valore sociale o contenuto serio, ma sono fatte solo per divertimento. All'epoca le riviste usavano molto il bianco e nero nelle foto di moda: Peter Lindbergh, Bruce Weber, Herb Ritts. Io invece volevo che le mie fotografie fossero a colori e che veicolassero dei concetti, secondo la direzione che avevo intrapreso, usando però le riviste come canale di espressione. Guardavo ai magazine come se fossero le nuove gallerie. Mi sono divertito molto a lavorare in questo contesto, avevo tanta libertà, che però mi sono dovuto guadagnare.

Dopo anni di lavoro per le riviste, sono diventato più maturo e i miei sentimenti sono mutati. Ho iniziato a interrogarmi su ciò che scattavo e sul materialismo presente nel mondo. Non c'è niente di male nella moda, o nel possedere molte scarpe, ma quando ciò che accade nel mondo esterno diviene così importante da portare a un'atrofizzazione del mondo interiore, tutto perde il suo equilibrio. La mia sensazione era che il mondo somigliasse troppo ad un episodio di *Sex and the City*. Iniziavo a mettere in dubbio quell'idea di materialismo, ma queste mie idee non piacevano alle riviste. Nel 1996 ho realizzato un ritratto di Alexander McQueen e Isabelle Blow, *Burning Down The House*. Lei era una cara amica, tutti e due si sono uccisi. Entrambi lavoravano nella moda, ai livelli più alti. Ci si potrebbe domandare come sia potuto accadere ad una persona così giovane, il più grande dei fashion designer del suo tempo; il mondo della moda è competitivo, la pressione è incredibilmente alta. Se vuoi spaventare la gente del mondo della moda basta usare il termine *freak*. Nella serie *Jesus Is My Homeboy* del 2003 c'è un' immagine che rappresenta la seconda venuta di Cristo, *Sermon*: se si ipotizzasse il suo ritorno, verrebbe da chiedersi con chi andrebbe in giro e chi sarebbero i suoi discepoli. Ho provato a immaginare come potrebbero essere oggi i suoi apostoli, ma era un servizio di moda, quindi dovevano comparirvi anche dei vestiti. La serie successiva, *When the World is Through* (2005), è stata prodotta per *Vogue Italia*; è il mio ultimo servizio fotografico di moda. Ho scattato queste foto ad aprile, quando sono andato a trovare mia madre in Florida. Ci sono stati tanti uragani in quel periodo e lei viveva in una zona colpita spesso dai tornado. Riuscivo a sentire che il clima era cambiato, non era lo stesso di quando ero bambino. Riflettevo sui tornado e sui cambiamenti climatici, mi preoccupavo dell'ecologia ma lavoravo per riviste di moda: era un paradosso. Queste foto sono stata pubblicate per *Vogue Italia* nello stesso periodo in cui l'uragano Katrina ha devastato New Orleans, la gente estranea al mondo delle riviste di moda era infuriata, non capiva e pensava che stessi sfruttando una tragedia americana. E allora ho compreso che questa sarebbe stata la fine della mia carriera nel mondo

> "Ho iniziato a lavorare il più possibile, mi perdevo nel lavoro e amavo questa cosa. E non pensavo che avrei mai potuto mostrare le mie opere nelle gallerie"

DELUGE (2006)

della moda. Mi chiamò la direttrice di *Vogue Italia* dicendomi: "David, la gente pensa che le foto siano sull'uragano". Risposi: "Lo sono. All'epoca non sapevo che sarebbe arrivato l'uragano Katrina, ma sì, parlano degli uragani".
L'ho deciso in quel momento: ho scelto di allontanarmi dal mondo della moda e delle celebrità, che non amavo più, realizzando un film chiamato *Rize* su due subculture afroamericane di danza, ambientato a South Central Los Angeles. Mi sono poi trasferito alle Hawaii, dove ho costruito una fattoria in cui vivo tutt'oggi. Sono rimasto lì per circa un anno, smettendo quasi di lavorare come fotografo. La gente pensava che fossi pazzo ad aver lasciato questa carriera, in un ambiente nel quale è così difficile emergere. Non l'ho mai fatto per i soldi. Quando ero giovane non pensavo di vivere così tanto. La fotografia è sempre stata per me ciò che avrei potuto dare al mondo, non ciò che avrei potuto ottenere. Penso che sia una distinzione importante. In ogni caso, pensavo di morire giovane e volevo lasciare al mondo delle belle immagini. Anni dopo scoprii che ero in buona salute, è stata una sorpresa, capii che avrei avuto più tempo, ma cosa avrei potuto fare con quel tempo? Volevo fare foto che fossero interessanti per me, importanti e commoventi per gli altri. Dopo un anno trascorso a Maui, nelle Hawaii, ho ricevuto una telefonata: una galleria mi chiedeva se avessi potuto lavorare di nuovo per loro. Sono rimasto sorpreso dal fatto che il mondo fosse cambiato così tanto; si potevano fare lavori commerciali e contemporaneamente esporre nelle gallerie. Le cose erano mutate. Ero felice perché avevo tante foto dentro di me e non c'è cosa migliore che poter esporre le proprie opere proprio come vorresti che fossero viste, senza modifiche, nella loro purezza e rimanendo fedeli alla propria visione. Essere invitato di nuovo a esporre nelle gallerie e poi nei musei era incredibile, come avere una

GAS 76 (2012)

seconda chance, una rinascita, è molto eccitante.
Ho sempre amato Michelangelo. Le prime immagini che avete visto sono molto influenzate dalla sua arte e da quella del Rinascimento. Sono le prime fotografie che ho fatto per le gallerie dopo essere stato invitato a tornare. Il titolo di questa serie è *The Deluge* ed è ispirata alla Cappella Sistina. Invece di essere un diluvio biblico è il diluvio del futuro di cui abbiamo paura, il grande cambiamento che temiamo. Alcuni dicono che siamo nell'epoca della Rivelazione o della sesta estinzione nel nostro pianeta. Allora ho reinterpretato il lavoro di Michelangelo. Ho fatto varie foto per questa serie. Molte volte le persone trovano Dio e la spiritualità in punto di morte. Non vedo nell'immagine del Diluvio qualcosa di apocalittico, vedo invece le persone aiutarsi a vicenda: sanno che la fine sta arrivando e allungano le braccia per aiutarsi a raggiungere livelli più alti, sia in senso fisico che spirituale. L'umanità al suo meglio. La cattedrale rappresenta poi l'idea

che le persone ammalate rivalutino la vita e capiscano cosa sia davvero importante. Un'altra foto ritrae un museo allagato. Parte dall'idea, già presente nel passato e attualmente ancora più radicata, che il valore dell'arte sia principalmente commerciale. C'è molta avidità oggi e molte sono le persone che investono nell'arte solo come prodotto, guardando unicamente al valore commerciale delle opere, ai prezzi delle case d'asta, senza considerare nient'altro. Trovo brutta l'idea dell'acquisto di opere per soli motivi di investimento. L'immagine del museo allagato gioca sull'idea che l'arte non abbia prezzo e che le opere siano come delle zattere. Credo che l'arte abbia un valore maggiore di quello soltanto economico: può cambiare il mondo. Penso che un mondo senza natura sia un mondo in cui non vorrei vivere. Non possiamo creare la natura, ma possiamo fare arte. Dove sarebbe il mondo senza la musica che amiamo, senza i Beatles, Bach, Beethoven o la Cappella Sistina, Michelangelo, l'arte del Rinascimento o l'arte contemporanea che amiamo? Credo che l'arte sia centrale per l'umanità, è molto più di un qualcosa da vendere e da comprare.

In quanto giovani artisti avete l'opportunità di dire qualcosa, di cambiare il mondo, ispirare le persone ed emozionarle. Spero non cadiate nella trappola che rende l'arte solo commerciale. Voglio lasciare a voi ragazzi qualcosa, condurvi a porvi delle domande e suggerirvi alcune risposte. È molto importante che ognuno faccia il suo cammino: io non sono andato all'università, voi siete all'università. Ogni persona e artista ha un modo diverso di pensare e di operare e penso sia importante, essere un artista rappresenta una scelta difficile. Avrete tanti dubbi e proverete tanta confusione nel vostro percorso: come fare per avere le idee chiare? Seguire le vostre intuizioni? Ascoltare i vostri genitori e i vostri insegnanti o dare davvero ascolto alle vostre intuizioni? Le domande difficili sono: "Dove vado? Cosa ho fatto? Cosa ho creato?" Potete porvele da soli e rispondervi guardando dentro di voi, perché lì tutti abbiamo le risposte che cerchiamo. Non avrei mai potuto immaginare quale direzione avrebbe preso la mia vita, partendo dalle gallerie d'arte per lavorare poi per la pubblicità e le riviste; non avrei infine pensato che sarei tornato a lavorare per i musei. Ma seguendo ciò che credevo giusto e lasciando il mondo dei magazine quando ho capito che era il momento di fermarmi, ho fatto la scelta giusta e l'unico modo per fare quella scelta è stato ascoltare la mia voce interiore, le mie intuizioni: abbiamo tutti quella voce. Ma se siamo distratti dal telefono, da internet, dai social media, non avremo mai il tempo di ascoltare quella voce, perché siamo distratti dal rumore del mondo. Per fare le grandi scelte della vita, per me è essenziale la solitudine, meditare sulle domande. Quando ottenevo una risposta sapevo che era quella giusta. La serie *Awakened* (2007) è connessa alla serie *The Deluge*. Ritrae un momento di sospensione tra la vita e la morte, la nascita o la rinascita. Queste persone sono in stasi tra il vivere e il morire, fluttuano in questo stato di incoscienza. Un'altra serie di cui vi parlerò brevemente è *Negative Currency*. Nel 1990 stavo sperimentando nella camera oscura: ho messo una foglia nella tank per lo sviluppo dei negativi ed è uscita rosa, poi ho messo un dollaro che avevo in tasca ed è uscito rosa, quindi l'ho stampato con l'ingranditore. La serie è stata realizzata in questo modo e l'ho esposta nel 2006, sedici anni dopo aver scoperto questa tecnica in camera oscura. È stato poco prima che scoppiasse la crisi finanziaria del 2007; ho esposto queste immagini di banconote come "valuta negativa", sia letteralmente, in quanto negativi analogici, sia idealmente, perché rimandano all'idea biblica che i soldi siano la radice del male. L'avidità è il più grande problema al giorno d'oggi: non possiamo rispondere ai problemi attuali senza confrontarci con il pensiero degli antichi greci sulla cupidigia.

Archangel Michael: And No Message Could Have Been Any Clearer (2009) ha per soggetto Michael Jackson, immaginato come un nuovo arcangelo Michele nell'atto di sottomettere il diavolo. Penso che Michael Jackson fosse un grande artista, un messaggero, che ha dato tanta gioia al mondo con la sua musica. La persona più famosa al mondo. In America e in Inghilterra, non so in Italia, sembra quasi che poi abbiano provato piacere nel renderlo un moderno "crocifisso"; è stato torturato dalla stampa. Per me *Pieta with Courtney Love* (2006), della serie *Heaven to Hell*, è la rappresentazione visiva della più grande perdita al mondo: quella di una madre che perde il proprio figlio. La *Pietà* è la scena di morte più famosa della storia dell'arte. Penso davvero che il mondo abbia perso dei grandi artisti, quando sono morti Michael Jackson e Kurt Cobain.

"Per fare le grandi scelte della vita, per me è essenziale la solitudine, meditare sulle domande e quando ottenevo una risposta sapevo che era quella giusta"

In un'altra immagine, *Rape of Africa* del 2009, ho ritratto Venere e Marte, ispirandomi all'opera di Botticelli, ma ambientandola in Africa. Il dipinto di Botticelli è qui reinterpretato: invece dei satiri ci sono dei giovani soldati e diamanti insanguinati dietro Naomi Campbell. Ho pensato a lei perché Botticelli scelse Simonetta Vespucci, che ai quei tempi era una delle donne più belle d'Italia, un'aristocratica di cui il pittore era innamorato; è stata la sua modella per Venere, quindi ho scelto Naomi perché è una delle più grandi bellezze del nostro tempo. L'opera rappresenta l'idea del contrasto tra amore-bellezza e guerra-avidità, che caratterizza la nostra società ancora oggi. Ci sono diversi dipinti antichi che hanno per tema il ratto d'Europa, ma l'Europa non è mai stata veramente stuprata. L'Europa in realtà è lo stupratore e oggi stupra l'Africa. L'oro è diventato la valuta più sicura; le miniere d'oro in Africa, che possiamo osservare anche dal satellite, stanno distruggendo gran parte di quel continente, in una ricerca di sicurezza che in realtà assicura solo il nostro declino sociale ed umano. *Gaia* rappresenta la Terra, sempre collegata all'idea del suo stupro in senso lato.

La serie di nature morte floreali *Earth Laughs in Flowers* (2008-2011), seguendo l'antico tema della *Vanitas*, mostra le stagioni della vita, la sua brevità, fotografando i fiori insieme ad oggetti usa e getta, perché la nostra epoca consumistica è quella dello spreco. *Icarus* del 2012 mostra Icaro caduto

AFTER THE DELUGE: STATUE (2007)

Sopra
MARGARET THATCHER (2009-2012)

In alto
ARISTOCRACY - ARISTOCRACY ONE (2014)

A destra
PIETA WITH COURTNEY LOVE (2006)

Pagina accanto, dall'alto
ICARUS (2012)
RAPE OF AFRICA (2009)
AWAKENED - JONAH (2007)
ARCHANGEL MICHAEL: AND NO MESSAGE
COULD HAVE BEEN ANY CLEARER (2009)

KARDASHIANS: BLACK FRIDAY AT MALL OF THE APOCALYPSE (DEC 2, 2013)

in una discarica di computer. La mia idea è che dipendiamo dalla tecnologia, siamo disconnessi dalla natura, dalla nostra natura. Le risposte non vengono dai computer, sono dentro di noi. E, come Icaro, se voli troppo vicino al sole, pensi di essere Dio e ti schianti.

Un'altra serie mi è stata ispirata dalla notizia che un museo delle cere in Irlanda era stato oggetto di vandalismo, le statue erano state ridotte in frammenti. Per me vedere le teste di queste statue di gente famosa così distrutte, in scatole di cartone, ha significato molto. Sapevo che dovevo fotografarle: mi ricordavano come la nostra società si sbarazzi delle persone, una volta che queste abbiano perso giovinezza e bellezza, confinandole simbolicamente in magazzini chiuse dentro scatoloni. Forse potrà sorprendere, ma i vandali avevano lasciato intatte le teste di cera dell'Ultima Cena. Quindi, per la mia versione dell'Ultima Cena (*Last Supper*, 2009-2012), vi ho aggiunto delle mani, riprendendo l'iconografia tradizionale, cercando di dare l'impressione di guardare delle teste e delle mani fluttuanti.

Ho iniziato la serie *Gas Stations* (2012) a Maui, nelle Hawaii, dove vivo. Non sapevo perché, ma ho cominciato a realizzare questi piccoli templi. Dopo un anno e mezzo che li costruivo con materiali semplici, come cartone e nastro adesivo, ho iniziato a capire cosa significassero. Le stazioni di servizio rappresentano cosa ci unisce a livello globale. Abbiamo religioni diverse, parliamo lingue diverse, abbiamo sistemi economici differenti, ma dipendiamo tutti dai distributori di benzina: l'attuale chiesa universale. All'inizio non sapevo perché lo stessi facendo, vedevo solo questi templi illuminati, l'ho capito mentre lavoravo. A volte l'ispirazione arriva quando meno te lo aspetti, non sai da dove può venire. Ciò mi ha portato a sviluppare quest'idea anche nella serie delle raffinerie (*Land Scape*, 2013), dove ho utilizzato tutti i materiali disponibili, come cartoni da imballaggio o plastica, onnipresente nella nostra società dei consumi, perché si tratta di un derivato dai fossili combustibili, dal petrolio. Non sono immagini di condanna né di esaltazione, sono solo delle immagini. Rappresentano il motivo per cui siamo qui oggi. Tutto è partito dalla rivoluzione industriale e dai combustibili fossili, senza i quali oggi la popolazione mondiale sarebbe un terzo di quella attuale. Ciò che usiamo viene da queste scoperte. Si tratta del più grande cambiamento mondiale dall'era glaciale: la scoperta dei combustibili fossili ha mutato l'atmosfera, trasformato la popolazione e ogni aspetto del nostro mondo. Volevo mettere insieme tutte le cose che sono prodotte con il petrolio, i rifiuti e i materiali di consumo. Molta arte tratta di ecologia ma non sempre in modo esteticamente efficace. C'è uno spazio per il reportage, che rispetto, però quello che faccio è diverso. Ho sempre usato la bellezza come strumento per i miei lavori, rendere bello per lo sguardo ciò che si progetta è una scelta che un artista deve compiere. E non c'è condanna né esaltazione, perché sono un consumatore anch'io: ho preso l'aereo per arrivare fin qui dalle Hawaii, sono parte del sistema, lo siamo tutti.

Sono sempre stato interessato alla figura umana. La serie *Aristocracy* del 2014 tratta del nuovo status symbol dei miliardari nel mondo. I loro jet privati non si stanno schiantando, si sono persi: rappresenta la loro perdizione. È ispirata al Color Field Painting. In *Kardashians: Black Friday at Mall of the Apocalypse* del 2013 ritraggo la "famiglia preferita dagli americani". Ho fotografato i Kardashian come se avessi dovuto ritrarli per la foto del loro biglietto di auguri natalizio. Questa immagine non riguarda tanto loro, quanto noi e la fascinazione che proviamo per le celebrità. Questo tipo di distrazioni ci evita di pensare ai problemi importanti della vita, è sempre bene avere una via di fuga. Ma quando cose del genere riempiono la nostra vita, diventiamo persone banali. Non le sto condannando, sono uno specchio della nostra società: perché ne siamo così affascinati? Perché è lo show televisivo più longevo della TV americana? Perché sono sulle copertine delle riviste? C'è richiesta per questo genere di cose: se non ci fosse domanda non ci sarebbe offerta. Lo vogliamo noi, ma perché lo vogliamo? Credo che dobbiamo porci questi interrogativi. Infine voglio mostrarvi *Self-portrait as House* del 2013: un *Autoritratto come casa*, perché avevo l'idea del cervello diviso in compartimenti, come fossero stanze di una casa. Ho sempre avuto molte richieste per realizzare autoritratti, ma è una cosa molto difficile per me.

Penso che la morte faccia parte della vita, nella filosofia buddista la vita è temporanea. La morte valorizza la vita, non ho paura della morte, non trovo le mie opere morbose. Siamo tutti liberi di interpretare: preferisco che le mie foto parlino per me, il linguaggio viene per me in secondo piano, dopo l'aspetto visivo. Quando espongo un lavoro, questo appartiene al pubblico, viene visto e interpretato, non posso controllarlo, cerco solo di essere chiaro nel mio operato. Chi dice che realizzo delle opere per scioccare, sbaglia. Faccio opere in cui credo. Scioccare la gente è l'ultima cosa che voglio fare. Se alcune persone restano impressionate dal mio lavoro riguarda loro, ma non è mai stata la mia intenzione. Sono sempre stato fortemente interessato all'idea della vita dopo la morte, all'idea dell'anima; non alla morte in se stessa, ma a questioni metafisiche riguardanti

> "Non c'è niente di male nella moda o nell'avere molte scarpe, ma quando il mondo esterno diviene così importante che il mondo interno si atrofizza, tutto perde il suo equilibrio"

il paradiso, il miracoloso. Sono sempre stati argomenti importanti per me, ma dall'epoca dell'epidemia dell'AIDS non ho mai più avuto paura della morte; tutto il tempo che ho avuto da quel momento in poi mi è sembrato un regalo. Il mio interesse per la morte è un interesse per l'aldilà. È importante capire quale è il miglior modo di dire le cose e qualsiasi scelta fai in quanto artista, per esprimerti, è valida. Penso che l'importante sia ciò che si vuole dire, cosa si vuole dare al mondo. Come poi si decida di farlo, quale tecnologia usare è secondario, perché questa è solamente uno strumento al servizio della nostra espressione e non il contrario. Non lasciate che la tecnica annulli quello che volete dire, è lei che lavora per voi, non voi per lei.
Mi piace il *freeze frame*, ho fatto film, ma per me la fotografia è il primo amore, è fermare il tempo. E penso che nella frenesia delle città, nel nostro mondo che si muove così veloce, pieno di distrazioni, abbiamo poco tempo per contemplare o per riflettere, per poterci annoiare o perdere nei sogni a occhi aperti; per me il potere della fotografia di fermare il tempo è fondamentale. Il cinema non ha questo potere. Siamo sempre impegnati a guardare immagini in movimento o su uno schermo, anche quello del telefono. Amo veramente i film, ma i corti, non i lungometraggi, e soprattutto il *freeze frame*. Amo però anche la danza. La danza è qualcosa che non puoi catturare veramente in una foto, puoi trattenerne un momento, ma la bellezza della danza è nelle sue emozioni, nei movimenti, che le immagini ferme non possono cogliere in pieno. Il mio primo amore è la fotografia.
Prima del 2006, quando lavoravo molto per le riviste, non ero molto selettivo riguardo ai video che facevo e agli artisti

SELF PORTRAIT AS HOUSE (2013)

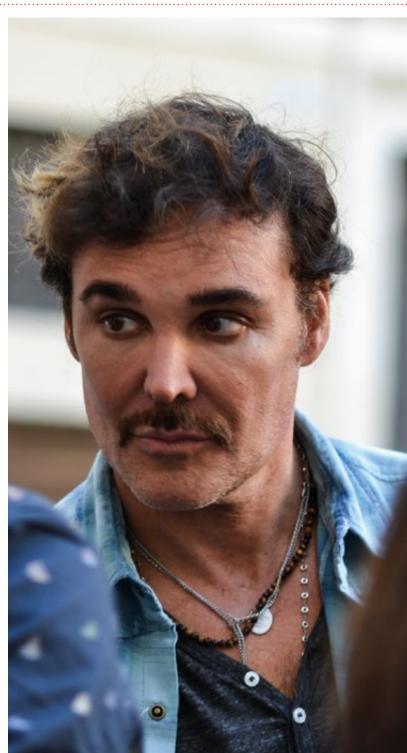
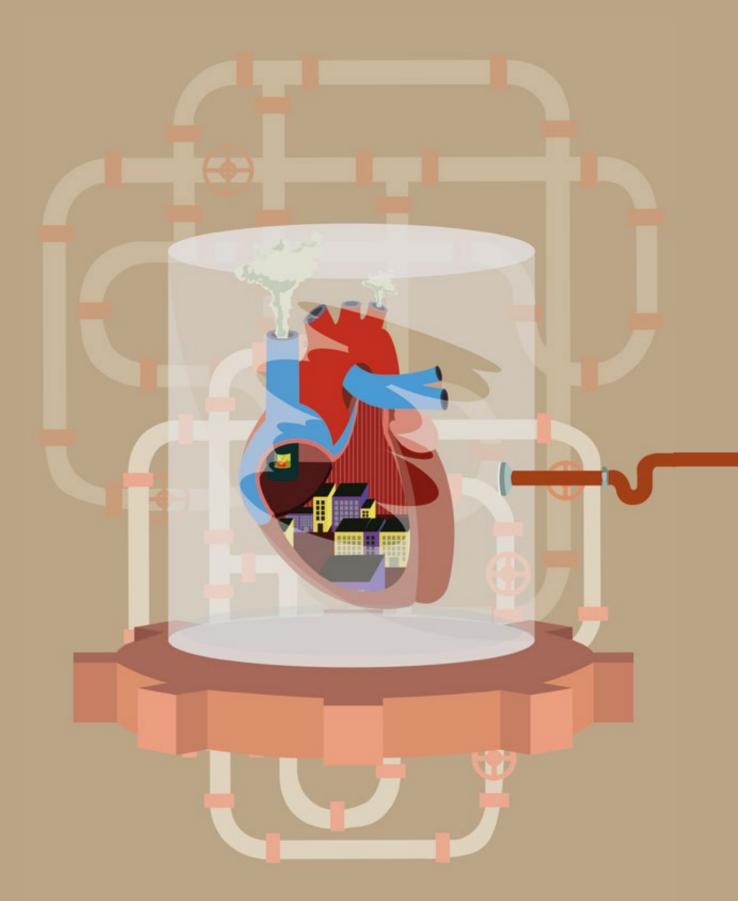
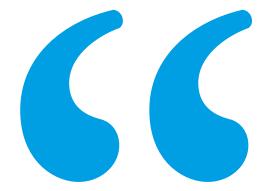
per cui lavorare, come Britney Spears o Christina Aguilera; era divertente, non profondo, anche se a volte ho potuto dire qualcosa di importante. Oggi, faccio un video solo se mi sento commosso o coinvolto dalla musica, non voglio fare video per musica che non mi ispira. Non ha senso. Mi piacciono i video musicali: sono veloci, hanno una breve durata; adoro la musica e mettere delle immagini sulla musica. Ma oggi sono più selettivo.

Devi scegliere cosa vuoi fare, il tempo passa e non torna. La tua vita può essere vista come scandita in capitoli. Quando avevo 30 anni mi chiedevo cosa avrei fatto nei successivi 20, ora ne ho 50 e mi chiedo cosa fare con il tempo che mi è rimasto: è meglio usarlo in maniera intelligente, quindi voglio fare cose che mi sembrino giuste. Scelgo con attenzione ciò che faccio, perché voglio realizzare opere che abbiano uno scopo, seguo le mie scelte personali. Abbiamo tutti il nostro percorso, le nostre passioni da seguire. Come trovo le idee? Le idee mi vengono se sono in un buon posto, in tranquillità, in solitudine, senza essere interrotto dal telefono o molto impegnato. L'ispirazione mi viene senza cercarla. Le immagini mi vengono in mente: le vedo dentro di me, è come un dono, non so da dove provenga. Una volta che le ho viste le posso realizzare, a volte non so perché, ma so che devo farlo e, mentre lavoro, capisco per quale motivo lo sto facendo. Inizio con degli schizzi delle idee che ho in mente. Succede in maniera inaspettata: a volte mentre corro o nuoto. Poi disegno, costruisco il set, mi impegno molto a mettere in scena questi *tableaux vivants*, lasciando le persone libere di interagire per fare sviluppare spontaneamente la scena. Il più delle volte il risultato è migliore di quello che

avevo immaginato. Sono felicemente sorpreso quando succede. Sono stato ispirato da tante cose e persone: dalla pittura del Rinascimento, da Michelangelo che ha cambiato la mia vita, da Andy Warhol, che ho conosciuto e per cui ho lavorato. È stato il mio eroe. Vedere come il mondo lo ha trattato prima e dopo la sua morte è stata un'esperienza preziosa per me. Ma tanta ispirazione viene anche dalla musica, dagli altri artisti, dalle persone che fanno parte della nostra vita o da quelle più note, persone che incontriamo, insegnanti, professori di storia dell'arte. Non potrò mai ribadire abbastanza l'importanza della storia dell'arte, non solo per gli artisti ma per tutti, anche per chi fa il dentista. Forma la tua vita in modo essenziale. Ho avuto un professore di storia dell'arte che mi ha insegnato tantissimo. Sono stato ispirato da molte cose, anche da arte brutta, a volte anche un'opera brutta può essere educativa. Oggi, quindi, sono molto più attento a quello che scelgo di fare.

ILLUSTRAZIONE SABINA KERIMOVA

Come si diventa regista?

a cura della Redazione

incontro con Alexis Sweet

Come si diventa regista? Questa è una domanda che tanta gente mi fa e che ha tante risposte: io vi posso raccontare la mia storia. Credo che quello attuale sia il periodo più facile per diventare regista, anche se forse si dovrebbe dire "fino ad un certo punto". Vi spiego perché.

Ho cinquantun anni ed ho iniziato a lavorare nel cinema nel 1981. Era un'altra epoca, c'era un altro percorso per arrivare a fare il regista. Prima del 1981 avevo fatto un cortometraggio con il Super 8mm, ci si sporcava un po' le mani e andava montato con i guanti. Questo era il passo amatoriale della pellicola, un processo molto complesso, per fare un filmino o un cortometraggio bisognava investire molti soldi. Le cineprese di buon livello erano costose, tutto era costoso e laborioso, ed infine, una volta montato, il cortometraggio si presentava ai festival. Oggi, ci sono moltissime videocamere con prezzi a portata di mano, non c'è momento migliore per fare il regista: basta avere la storia – e qui tocco un argomento importantissimo - non è tanto il formato, come lo giri, o i soldi che hai, ma è la storia che vale. Con una buona storia puoi girare senza trucco, senza luce, senza una troupe di cinquanta persone e viene bene lo stesso. Ho letto di un giovane regista uruguayano che con un software di effetti speciali, ha creato un cor-

tometraggio sci-fi su un'invasione aliena poi diffuso su YouTube, il riscontro è stato talmente positivo che diverse case di produzione, tra cui la Warner, hanno fatto un'asta per comprare i diritti della storia grazie al talento del ragazzo. Continuo a sentire di storie così, quindi questo è un buon momento, perché esiste un mercato in cui puoi esporti, far vedere il tuo lavoro, non solo a quattro amici con il proiettore in una stanza, o ai festival, sperando che lo prendano.
Il cortometraggio, una volta, era anche un formato che consentiva di conoscere nuovi talenti, adesso è quasi diventato un'industria, ci sono produttori che addirittura guadagnano producendo cortometraggi. Però se tu non giri, non provi e riprovi, se non hai un produttore, o non hai la fortuna di intraprendere una strada nel mondo del cinema, con quattro amici e una buona storia puoi ancora farcela. Questo era impossibile trent'anni fa negli Stati Uniti. In Inghilterra nell'81 e fino agli anni '90, c'erano i sindacati, per lavorare nel cinema dovevi essere membro del sindacato e, per esserlo, bisognava lavorare nel cinema: era quindi lo stesso cane che si mordeva la coda. L'unico escamotage era occuparsi di montaggio o entrare in laboratorio, ma il processo di lavorazione era completamente manuale e molto lento, al contrario di ora. Ai tempi era tutto molto più ragionato e magari si

“Con una buona storia puoi girare senza trucco, senza luce, senza la troupe di cinquanta persone e viene bene lo stesso”

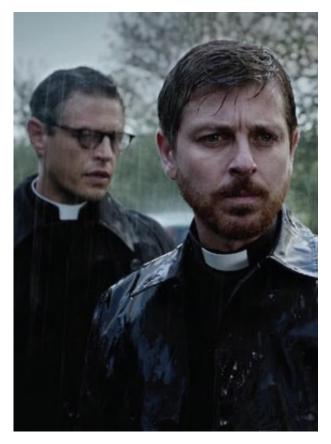
impiegava un anno per fare un film. Adesso, il mio montatore, che quest'anno è anche candidato al David di Donatello, può riunire un gruppo di persone che ci mette due o tre settimane per fare circa cento minuti. All'epoca per fare cento minuti si impiegavano sei mesi: quello della pellicola era un altro mondo. I giovani di oggi forse non hanno l'esperienza della pellicola o, se l'hanno avuta, solo di seconda mano.

Nel 1981 andai a bussare alle porte delle case di produzione di Londra e trovai un produttore, perché in quel periodo in Inghilterra c'era una tax credit che permetteva ai non americani di costare molto meno degli americani. Era il periodo in cui vennero girati *Indiana Jones*, *James Bond*, *Guerre stellari*. Nell'84 ho avuto la fortuna, insieme ad un gruppo di aiuto registi, di andare a lavorare in *Indiana Jones e il tempio maledetto* e, da allora, ho lavorato a un film dopo l'altro. Ottenni la tessera sindacale come aiuto regista. La regia vera e propria rappresentava per me in quel periodo un'attività parallela, lavoravo professionalmente come aiuto regista e nel frattempo come regista realizzavo cortometraggi. All'epoca si potevano vedere i primi videoclip, che tuttora passano su MTV, che peraltro nasce in quel periodo. Ogni gruppo musicale aveva bisogno di fare il proprio videoclip, ed ho avuto la fortuna di realizzarne uno per un gruppo australiano che si chiamava INXS, per il loro primo singolo. Il video ha avuto successo al punto che iniziai a ricevere più richieste per i videoclip, ma nel frattempo continuavo a lavorare come aiuto regista. Alla fine degli anni '80 mi chiamarono a Milano per fare pubblicità, anche se in Italia non lavoravo molto in questo ambito. Infine mi dissi: "Fammi andare a vedere in giro cosa c'è", quindi iniziai a girare documentari in Africa, poi a Bucarest dove c'era stata la rivoluzione. A chi intende fare il regista in Italia e non vi riesce, dico spesso: "Guarda che il mondo è grande", chi ha un po' di esperienza può andare anche a Shanghai e può lavorare, però ci vogliono spirito d'avventura e volontà. Io ad esempio a Shanghai non ci sono voluto andare, però sono stato in altri luoghi ed ho iniziato a lavorare moltissimo. I primi anni con la pubblicità, che mi ha permesso, grazie ai mezzi e alle idee, di sperimentare tanto. All'epoca c'era un mercato ricco al punto che i clienti dovevano implorare le agenzie perché

> ***"Alle persone che intendono fare il regista in Italia e non riescono a farlo, dico spesso: "Guarda che il mondo è grande"***

realizzassero spot pubblicitari per loro, e le agenzie si inventavano di tutto. Io facevo pubblicità di ogni genere: d'avventura, d'azione, di prodotti per bambini, di moda, comica.
Tornando a parlare di cinema, i produttori americani venivano a girare in Europa per non pagare i prezzi degli Stati Uniti, lì costava tutto il doppio. Io ho lavorato in una seconda unità, con 150 persone, in *Indiana Jones e il tempio maledetto* . Nella sequenza della tavolata con strani personaggi che mangiavano topi fritti e altro, girava la prima unità, mentre noi della seconda curavamo tutti i dettagli secondari, gli effetti. Una delle grandi lezioni che ho avuto da Spielberg è stata sulle modalità di ripresa: in tutto il film aveva usato l'Animatic, un tipo di animazione molto semplice in 2D, montata in tempo reale, nello stesso tempo in cui si girava il film, un po' come lo storyboard, però era animato, e quando lui aveva bisogno di raccontare al regista della seconda unità cosa girare, gli faceva vedere il timecode, indicandogli: "da questo punto a questo", con tutte le inquadrature. Questo non è fare i compiti, questo è fare un film. Lo storyboard è una delle cose che ho portato con me in Italia, ed è importante perché il regista o il pubblicitario riesce a comunicare e a spiegare ai clienti e alle agenzie cosa devono aspettarsi. Ad esempio, entrando nel mondo paranormale de *Il tredicesimo apostolo* , lo stoaryboard diventa uno strumento fondamentale nella sua funzione di comunicazione. Inoltre, se le cose funzionano su carta, hai una buona possibilità di farle funzionare in montaggio. Comunicare è una delle cose più importanti per un regista,

che ha tutto in testa e deve evitare di non essere capito sul set: come vuole la luce, l'aspetto degli attori, o degli stuntmen, come vuole qualsiasi cosa. Un mio amico mi introdusse al produttore italiano Pietro Valsecchi e quest'ultimo mi chiese se volevo fare una nuova serie, *R.I.S. - Delitti imperfetti*, io non riuscivo a crederci, avevo preso l'impegno di andare in Africa per realizzare un documentario che lasciai a metà per tornare a Roma per girare *R.I.S.* Era il 2003. Quando iniziai a fare televisione parlai dunque di come avevo visto girare in America. *R.I.S. - Delitti imperfetti* inizialmente non fu un successo, quando lo videro i funzionari della rete del produttore, per la prima volta, c'era un'atmosfera funerea, le aspettative sulla serie erano molto basse e per un anno, tutto il 2004, ho dovuto dedicarmi al montaggio, anche se la serie non andava ancora in onda perché i responsabili della rete non erano convinti. Nel 2005 è andata finalmente in onda, a gennaio, ed ha avuto 8 milioni di ascoltatori con un 30% di share, per cui è andata bene! La narrazione è importante, se c'è qualcuno che mi chiede: "Come sei riuscito a fare il regista in Italia?" rispondo che è questione di preparazione, di coraggio, di verità e di convinzione nelle proprie idee. Ma soprattutto di preparazione, che permette al regista di avere il controllo di tutto, anche solo per divulgare le informazioni che ha e che vuole trasmettere. In merito alla fiction *Il capo dei capi*, mi sono reso conto che quando vai al sud durante la messa in onda della serie e vedi che i ragazzini imitano le scene e i personaggi del film, come Totò Riina, facendo addirittura a turno, capisci da dove vengono. Dopo quattro settimane di riprese ci venne inviato un memo dalla produzione: Mediaset aveva paura e voleva cambiare tutti i nomi dei personaggi cattivi, non avremmo più avuto Totò Riina ma Totò Dina, o qualcosa del genere, a questo invito io replicai che allora avrei dovuto cambiare anche i nomi dei personaggi buoni, non avremmo più avuto Falcone o Borsellino. Perché, in base a questo loro principio, se dici Falcone ucciso da "Tizio" non va bene, invece Aquilone ucciso da "Pinco Pallino" può andare.

La fiction *Il capo dei capi* è stata una bellissima esperienza, ricordo che gli attori mi fecero siciliano onorario, con tanto di cerimonia, a Ragusa. Gli attori erano siciliani, anche se, devo dire, l'unico che era di Corleone era Paolo Ricca, gli altri, che erano di Catania, Messina, Palermo, stavano molto attenti a

sentire l'accento corleonese e ad imitarlo. Con le mie orecchie non riuscivo a cogliere la differenza tra i vari accenti, ma loro se ne accorgevano. Durante le riprese la mia regola era che se riuscivo a capire io, poteva andare bene, ma se loro iniziavano a parlare in siciliano stretto, al limite della comprensione, li fermavo e dicevo loro di trovare un escamotage. Questo si è verificato in modo ancora più evidente nella serie *Il clan dei camorristi*, dove in una scena parlano insieme venticinque persone: lì diventa impossibile capire il dialetto, al punto che ho dovuto interrompere per chiedere di parlare di più in italiano.
Ragusa è un bellissimo posto. La cosa interessante per chi fa scenografia, è che abbiamo reinventato la città di Corleone unendo sei città diverse: Catania, Scicli, Ragusa, Itala, Monterosso Almo, Modica. Se si girava l'angolo, ci si trovava a Scicli, poi a Modica, se ci si spostava ancora si arrivava a Ragusa, poi a Catania. La serie *Intelligence - Servizi & segreti* è costata venti milioni e quando in conferenza stampa mi chiesero quanto ci misi a girare la sequenza del primo inseguimento in auto, dalla produzione mi suggerivano: "Digli due settimane! Digli due settimane!" ed io invece: "No, dico la verità: l'ho girata in tre giorni,

con tecnici italiani, sono gli stessi tecnici che fanno *Distretto di Polizia* e *Squadra Antimafia*".
Sono gli stimoli che fanno fare le cose, un regista deve avere le idee che poi è possibile realizzare, ma bisogna avere anche l'immaginazione per farlo. Il regista poi è come un direttore d'orchestra, realizzare un film è un lavoro collettivo: se non ha il violinista, il pianista, non fa una bella figura. Non tutte le scene vengono facilmente, molte sono complicate da realizzare, però ho sempre fatto in modo da renderle possibili, con metodologia e diversi trucchi. Tutte queste esperienze sono state molto belle, ma la vera sfida per me è stata *Il tredicesimo apostolo*. L'horror è un genere che non mi piace, non vedo film dell'orrore, però con quest'ultima serie volevamo fare qualcosa di intrigante, e dato che qui entriamo in un'altra dimensione, lo storyboard diventa fondamentale nella sua funzione di comunicazione e per spiegare meglio le scene agli attori. Alla domanda: "Come gestisci i rapporti con lo sceneggiatore?", puntualizzo che non sono uno scrittore o un autore, però sono un buon lettore e faccio riscrivere le cose ogni volta, quando mi arriva la prima stesura scrivo tantissime note, chiedo di cambiare alcune cose, sia per quanto riguarda i personaggi, sia per rendere il tutto più cinematografico. Magari lo sceneggiatore sa fare buoni dialoghi ma non si intende di messa in scena. Quindi dico agli sceneggiatori come migliorare e loro riscrivono, si può arrivare anche a sette/otto stesure, come è successo con l'ultimo *Squadra mobile*. Ma io collaboro con gli sceneggiatori, non voglio sovrappormi al loro lavoro, proprio perché non sono un autore, quindi non riscrivo le battute. Al massimo, se agli attori non piacciono le battute, chiedo a loro stessi di proporre qualcosa di diverso, che sentono più in sintonia per quella parte. Quando capitavano cose che non funzionavano, non dicevo allo sceneggiatore "scrivi questo, questo, questo...". In ogni caso, questo modo di operare non si può applicare in ogni contesto, la situazione è profondamente diversa se si lavora in America o in Italia. Nel primo caso, c'è un personaggio che ha il controllo creativo di tutto il prodotto, che spesso è chi lo ha creato. Per esempio, in America, su una serie come *Il tredicesimo apostolo*, ci sarebbero stati sei registi diversi, ed ognuno di loro avrebbe fatto un paio di puntate, o quattro. Invece in Italia accade che un solo regista faccia tutte le puntate, ad esempio io ho girato per trentadue settimane. Nel caso degli ame-

> *"È questione di preparazione, di coraggio, di verità e di convinzione nelle proprie idee*

ricani, c'è un motivo, ed è legato alla divisione del lavoro: i registi in questo modo hanno più energia ed è tutto più produttivo. Il regista, in Italia, dopo trentadue settimane è stremato. Quindi, per questo motivo, io in America non potrei mai dire: "Cambia questo, fai così", perché il controllo ce l'ha il creatore del prodotto. *Il tredicesimo apostolo* è l'ultimo film che ho girato in pellicola, ma ha degli effetti che con la pellicola sono molto complicati da ottenere. La prima stagione de *Il tredicesimo apostolo* ha fatto una media di 24% di share, la seconda stagione il 15%, ma il mercato è stretto, questo prodotto è fatto per i giovani dai quindici ai trent'anni, e loro hanno ampie scelte, le reti non lo capiscono, cercano di mettere d'accordo i dodicenni e i settantenni. Le serie de *Il tredicesimo apostolo* dovevano essere tre, invece ne abbiamo fatte solo due, ed è un peccato che non si sia deciso di realizzare l'ultima stagione, perché si trattava di un investimento molto costoso. Invece per Squadra mobile abbiamo avuto un sacco di proteste da parte dei sindacati, perché erano contrari al fatto che ci fosse un poliziotto corrotto, un alcolista. Avevamo creato una squadra di polizia un po' più vera. Ma voi sapete che in Italia le istituzioni non si possono toccare.

Tornando a quanto dicevo all'inizio di questo nostro incontro, secondo me adesso c'è una grande opportunità per chi vuole fare il regista, e lo dico anche ai giovani, che si lamentano sempre del fatto di non trovare lavoro, che il mercato è difficile, ma la verità è che è sempre stato difficile, è una questione di tanta fortuna e di talento, ieri come oggi, ma adesso c'è un aiuto in più. Una persona può autopromuoversi, riprendendosi con una videocamera di fronte allo specchio e fare un monologo, parlare di qualcosa che gli piace, e metterlo su YouTube. Ed io sarò il primo a vederlo dicendo: "Guarda che roba, è interessante questo". Si può partire anche con il montaggio, grandi registi iniziarono come montatori. Rispetto gli inizi degli anni '80, ci sono molte più opportunità adesso. Poche sono le domande per chi vuole entrare in questo mondo: hai una videocamera? Hai una storia? È sempre questa la questione. Per diventare regista c'è chi ritiene sia necessario seguire una scuola, ma io non ho mai frequentato una scuola di regia, sono andato sul set, ho avuto la fortuna di girare in giro per il mondo. Non è poi così complicato. Quando parlo di esperienza, intendo dire che più fai una cosa, più ti riesce bene. Mi rivolgo a tutti i tecnici: se potete, imparate sul set, iniziando portando il caffè, come ho fatto io. Quando giro, faccio venire gli studenti sul set, anche se adesso la burocrazia permette di averne di meno perché c'è la regola che lo studente deve essere supportato dalla scuola e non può essere pagato dalla produzione, quindi prendo solo un paio di studenti per film.

Però bisogna fare! Anche se i vostri primi lavori fanno pena, dovete continuare a montare e a rimontare, se non seguite il processo molto viscerale di vomitare letteralmente le idee, non concluderete niente. Si diventa esperti solo in un secondo momento, ma inizialmente dovete fare, ed anche con una certa frequenza, magari un cortometraggio ogni tre mesi, un anno. E per fare questo non dovete andare per forza chissà dove, basta che andiate in un parco. Che il vostro lavoro sia pensato per il cinema o per un festival, l'importante è che partiate da una storia che convinca voi per primi, che sia avvincente, è inutile fare quello che non sapete, non dovete essere molto ambiziosi. E se con i mezzi che avete a disposizione riuscite a fare paura, a fare piangere, a fare urlare, a fare emozionare, beh... andrà bene.

Il viaggio *nelle* immagini *di* Lech Majewski

di Dario Evola

Lo scorso anno accademico è iniziato con un evento significativo. Il 7 novembre 2014 l'Accademia di Belle Arti di Roma ha ospitato il regista polacco Lech Majewsky. L'evento è stato organizzato in collaborazione fra l'istituto Polacco di Roma e la Cattedra di Estetica (Dario Evola), ed è stato possibile grazie al contributo dei docenti Fabrizio Crisafulli, Ernani Paterra, Enrico Pusceddu, Luca Valerio e ai numerosi studenti che hanno partecipato con interesse e curiosità. Majewsky ha portato una esperienza di viaggio attraverso e dentro le immagini.

ILLUSTRAZIONE GUENDALINA FAZIOLI

Un viaggio senza ritorno, nella combinazione fra le immagini che vivono nella mente dell'artista, le immagini che ci circondano, e l'universo iconografico nel quale ognuno di noi interagisce. La funzione artistica nel contemporaneo non ha più il compito di produrre il bello ma, nel suo operare, quello di riconnettere e ricercare un senso al visibile. L'attitudine del viaggiatore, dell'*iconauta*, il viaggiatore nelle immagini, caratterizza il senso dell'operatività artistica. La tecnologia diventa espressività quando, manipolata dell'artista, attraversa le immagini e ne incrocia le relazioni, facendo derivare da questo percorso soluzioni inedite. È questo il senso della grande lezione che arriva agli allievi e che dovrebbe costituire l'assunto della didattica artistica. Non l'appiattimento omologato e conforme alle mode della comunicazione, ma la devianza di segno dell'intelligenza operativa dell'artista. In ciò risiede la differenza fra produzione e creazione. La tecnica artistica non è mera *applicatio* né mera sommatoria di tecniche ma uso consapevole di tecniche, in funzione di relazioni capaci di creare sguardo a sua volta operativo. Questione di sguardi, sul presente, sul passato, dentro, fuori, purché sia sguardo attivo, dispositivo critico, un "guardare attraverso" come indicava Emilio Garroni. In questo senso Lech Majewski costituisce uno straordinario esempio di artista non *multimediale* ma *intermediale*. Come accade per i grandi sperimentatori delle tecniche, gli artisti che sanno attraversare la tecnologia compiono il passaggio dal mezzo tecnico al mezzo espressivo. Majewski nasce a Katowice nel 1953 e frequenta la prestigiosa scuola di Lodz come allievo di Wojciech Has (la scuola dalla quale sono usciti Wajda, Polansky, Skolimowsky, Zanussi, Rybczinski). Egli è scrittore, drammaturgo e compositore delle stesse musiche che utilizza nei film, fotografo, pittore, scenografo, regista teatrale (Brecht, Shakespeare, Jarry). Nel suo Film *I colori della passione,* del 2011 tratto dal romanzo di M.F. Gibson *The Mill And The Cross*, Majewski viaggia nell'immagine. Non si tratta di ripetere l'opera di ispirazione *La Salita al Calvario* di Peter Bruegel il Vecchio del 1500 ca. (oggi al Kunsthistiersches Museum di Vienna) trattandolo come se fosse un *tableau vivant*, né banalmente di "animarlo". Majewski costruisce una condizione percettiva che porta lo spettatore a "vivere" all'interno del quadro e, allo stesso tempo, a partecipare dello sguardo del pittore. Bruegel è interpretato da Rutger Hauger, che a sua volta interpreta i sentimenti dei personaggi. La Madonna è interpretata da Charlotte Rampling. Una folla di 500 persone che a loro volta sono protagoniste della microstoria quotidiana nel grande dramma della storia durante la repressione da parte delle truppe spagnole di Carlo V contro i movimenti riformatori delle Fiandre. Il metodo poetico di Majewski consiste nel combinare riprese, realizzate in digitale, seguendo tre percorsi: attori ripresi in un *Blue screen* integrati successivamente nel "paesaggio" che costituisce la narrazione figurativa del quadro originale e del film. Attori e riprese effettuate in luoghi geograficamente distanti, dalla Polonia alla Nuova Zelanda, connotati dalla rassomiglianza ai luoghi rappresentati da Bruegel. Un grande fondale bidimensionale che riproduce il quadro è realizzato dallo stesso Majewski come un minuzioso *puzzle* iperrealistico, che, nel trattamento digitale, diventa antirealistico e antinarrativo. In sede di *post produzione* i vari elementi figurativi vengono stratificati nella sintesi elettronica come "lamelle" figurative. Un singolo attore viene "inserito" in un fondale e contemporaneamente in un'altra situazione paesaggistica con l'ausilio di ritocchi digitali. Ne risulta un gioco continuo di campi e fuori campi visivi e concettuali che rendono una dimensione allucinatoria della narrazione biblica e storica, dove prevalgono gli elementi simbolici su quelli meramente narrativi. Il grande mulino con le sue pale è sulla sommità di una assurda montagna, simboleggia il divino. Gesù con la sua croce attraversa il paesaggio, invisibile nella folla di figure. Ciò che dovrebbe essere visibile per antonomasia si nasconde nella folla, diventa invisibile, va ricercato. Majewski ha compiuto uno straordinario viaggio fra gli appunti, gli schizzi di Bruegel. Seguendo le tracce nascoste nei bozzetti, lo spettatore, come un *detective*, è invitato ad entrare nella storia e nelle microstorie del quadro per interpretare e disvelare il linguaggio nascosto dei simboli. L'artista è come il pilota di una straordinaria macchina del tempo e della visione, un dispositivo che aziona e ferma, guida e orienta il percorso dello sguardo. In un viaggio fantastico, lo spettatore vive e viaggia dentro il quadro.

ILLUSTRAZIONE SABINA KERIMOVA

DNA DIGITALE
L'UNITÀ DELLA CULTURA INFORMATICA
MEME

a cura della Redazione

Il primo campo di interesse di Ceolin, in passato, è stato il mondo videoludico che negli ultimi dieci anni ha subìto una crescita costante ed esponenziale. Di pari passo con lo sviluppo tecnologico, l'industria tecnologica legata a questi linguaggi si è infatti fortemente evoluta e specializzata. Si è visto uno sviluppo senza precedenti nell'umanità nelle tecnologie digitali non accompagnato da un evolversi dei contenuti videoludici, esclusi rari casi come ad esempio il gioco *Spore*, il parco dei titoli videoludici è ridotto a classici giochi da mera competizione. Ovviamente con il mutare del *medium*, anche l'approccio di Ceolin è cambiato rispetto alla ricerca sul videogioco. Il suo lavoro sui videogame è inoltre testimone delle copertine della collana *Ludologica*, dedicata all'analisi scientifica del *medium videoludico*. Dopo aver analizzato a fondo queste esperienze, Ceolin ha poi rivolto il suo interesse verso un nuovo orizzonte: l'immaginario collettivo contemporaneo. Questo è un insieme immateriale di forme e informazioni appartenenti a una comunità definita che può produrre una pressione cognitiva sull'individuo, che l'artista paragona alla selezione naturale. Questo insieme infatti, più che essere un'applicazione pratica di una regola fisica, è l'attuazione di una tesi a posteriori dell'uomo. Come infatti l'animale si è evoluto nella realtà (per esempio dal lupo al cane domestico), nell'immaginario collettivo ritroviamo un parallelo/proseguimento evolutivo nel zoomorfismo di *Lupo Alberto*. Ovviamente l'immaginario collettivo è un concetto che può essere attribuito solo all'uomo (per quanto ci è possibile sapere gli animali non hanno immaginario collettivo); ed è una definizione che trova un corrispettivo tangibile nella pubblicità: la volpe della carta igienica, il cavallino rampante della Ferrari, il leone della Peugeot, sono idee diffuse e create per i media e permeate nel mondo del consumo, per cui sono riconoscibili da tutti come un linguaggio globale. Va anche considerato il variare dell'immagine da cultura a cultura (nel mondo occidentale *mucca=latte*; nel mondo orientale *mucca=divinità*). In questo caso possiamo parlare di "coevoluzione biologica culturale". In stretta relazione a questo, Ceolin, entra ancora di più nello specifico nel mondo della viralità analizzando i *meme*. Di questo fenomeno così vicino a noi, se ne comincia a parlare sin dagli anni '70, precisamente nel 1976, quando Richard Dawkins ne *Il gene egoista*, introduce proprio questo concetto, parlando di *meme* come una "unità di informazione che passa da persona a persona". Ad ogni passaggio queste idee o informa-

ILLUSTRAZIONI GERMANA DELLA ROCCA

zioni si modificano, si rimescolano ed ogni individuo fa suo quel concetto dandone così vita ad uno nuovo, creando così i *meme*. Citando Dawkins "il meme è l'equivalente culturale del gene, che si diffonde da cultura a cultura". Ad esempio egli paragona la religione a un *meme* complesso, che passa da persona a persona e che nel tempo si è suddivisa in tante sottocategorie. Il *meme* in questo momento rappresenta una metaforma di comunicazione, diffusa maggiormente nella rete, e quindi denaturalizzato dal contesto in cui Dawkins lo aveva descritto: ne mantiene le caratteristiche precedentemente citate, prima tra tutte la velocità di diffusione. Rielaborando la teoria di Dawkins, Ceolin si interessa particolarmente "alle unità animalesche che caratterizzano le comunicazioni virali", in modo da riflettere principalmente sugli aspetti zoomorfi dei *meme*. Egli inoltre redige un'analisi degli strumenti utilizzati per produrre queste forme di comunicazione e sottolinea l'unicità della grafica che sfrutta, ad esempio l'utilizzo della font *Impact* bianco con contorno nero. Da queste e altre osservazioni nasce *Memezoology*, che mira a catalogare la fauna digitale concentrandosi sull'evoluzione e la diffusione di questa tramite la rete. *Memezoology* analizza a fondo anche l'umanizzazione dei meme animali, e attraverso i seminari e le conferenze tenute da Ceolin su questo tema, sono state redatte delle pubblicazioni consultabili gratuitamente online (http://issuu.com/rgbprojectstudio), che l'artista ha creato in sintonia con l'idea che il progetto sia "un'opera seminale". La sua ricerca si estende anche sui altri orizzonti e arriva sui social con *contemporaryNaturalism*. Questo progetto nasce nel 2006 e approda recentemente anche su Instagram, in occasione della mostra collettiva "6PM. your local time", svoltasi dalle 18.00 alle 24.00 del 22 luglio 2015, contemporaneamente online e offline nelle gallerie di diversi paesi europei. L'insieme dei contenuti prodotti in questo evento dovevano appoggiarsi ad un social network e Ceolin ha scelto Instagram come canale di comunicazione, postando immagini dove il soggetto principale è stato il suo quaderno degli appunti. La mostra è ormai conclusa, ma il profilo Instagram, dedicato al progetto, viene ancora aggiornato con nuove immagini dell'artista. Ceolin opera da artista scienziato, come Leonardo o Brunelleschi fecero nel loro tempo, basando i suoi progetti sull'osservazione e lo studio oggettivo di un fenomeno. Questo perché, come detto precedentemente, il tema dei *meme* è molto instabile e può essere interpretato in maniera diversa da ogni persona. Inoltre è già un fenomeno estetico, visto che nasce come immagine da osservare. Ceolin ci propone come esempio la pittura rupestre, nella quale gli uomini del paleolitico raffiguravano in maniera artistica la caccia, rappresentando così la selvaggina e comunicando il tipo di fauna presente nell'area. Analizzando quindi il tema in maniera oggettiva e non soggettiva, Ceolin produce "dei modelli per poter interpretate il presente" ed eleva la ricerca artistica da estetica a scientifica. L'osservazione di un caso preso in esame, dipende poi da alcuni fattori, come ad esempio la diffusione. Un evento isolato, ma con grande potenziale, necessita di essere osservato per capire cosa potrà svilupparre,

al contrario, un evento di massa obbliga già di per sé l'osservazione analitica, per risalire alla causa scatenante. Il fine di questa ricerca è tenere sotto osservazione il fenomeno sociale dei *meme* e vedere il loro sviluppo e la loro diffusione, sia per osservare l'utilizzo di queste figure, sia per capire quali strumenti vengono utilizzati per la loro creazione. Ovviamente essendo un fenomeno mediatico virtuale in continua espansione, diventa difficile capirne l'effettivo riscontro, specialmente dopo la nascita di quello che Ceolin chiama gli "aggregatori sociali" o social network. Ci spiega che nel periodo in cui internet era ancora poco diffuso (alla fine degli anni '90), trovare piccoli fenomeni da isolare e osservare era più semplice. Con l'inizio del nuovo millennio, momento in cui l'utilizzo della rete è diventato accessibile a molti, rintracciare gli avvenimenti significativi è diventato sempre più complesso, vista la difficoltà di individuare "l'immagine zero e il processo successivo che questa produce" al fine di evitare errori semantici. Inoltre Ceolin tenta di sensibilizzare le persone all'osservazione critica delle sue opere, affiancando a queste documenti esplicativi. I seminari, svolti dall'artista, favoriscono ancora di più la partecipazione attiva, diventano parte integrante della sua ricerca, fornendo nuovi spunti di riflessione e la possibilità per l'artista di verificare concretamente le sue ricerche. In relazione a questo, Ceolin ha riscontrato durante il seminario tenutosi all'Accademia di Belle Arti di Roma, una risposta attiva nei partecipanti, evidenziando, nelle riflessioni successive, la notorietà emersa di alcuni personaggi zoomorfi del passato, che ancora resistono, anche in persone con differenti età e cultura, oltre alla sorprendente stabilità del medium televisivo come ambiente dominante nel panorama dell'immaginario comune. La sua ricerca è ancora attiva e l'artista ha in progetto diverse ricerche per i prossimi anni: attendiamo con ansia di vedere le sue nuove creazioni.

ILLUSTRAZIONE JESSICA GRANDOLA

il MONDO *da* SFOGLIARE

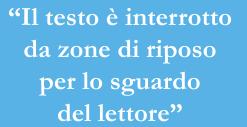
a cura della Redazione

Internazionale è una delle punte di diamante del panorama editoriale italiano, perché offre al lettore una visione del mondo costantemente aggiornata, dettagliata e originale. Tutto questo è possibile grazie a una squadra di professionisti che tutti i giorni studiano attentamente la realtà, e la restituiscono a un pubblico in costante aumento. La rivista è una finestra che regala all'informazione italiana un respiro cosmopolita, una chiave di lettura autorevole che permette di comprendere un mondo in continua evoluzione.

Internazionale è il settimanale che guarda alle maggiori riviste di tutto il mondo e, tramite un attento lavoro redazionale, le porta al pubblico italiano. Siamo stati guidati nella visita alla redazione della rivista dal team di grafici composto da Pasquale Cavorsi, il caposervizio, Marta Russo e Valeria Quadri, che si occupano rispettivamente del disegno delle infografiche e delle cartine geografiche.
Internazionale è stato fondato nel 1993 da Giovanni De Mauro, direttore della rivista che ha iniziato la sua carriera come grafico al quotidiano l'Unità, professione che gli ha conferito un'attenzione all'elemento visivo che pochi direttori di testate italiane possono vantare.
L'attuale veste grafica della rivista è stata realizzata nel 2009 da Mark Porter, grafico di fama mondiale che ha curato anche The Guardian. Tra le modifiche principali vediamo la riduzione del parco delle font e un maggiore utilizzo di elementi visivi come cartine, grafici ed infografiche. Si è passato da una sperimentazione più libera del testo e dei colori a una versione più rigorosa, con un unica font per l'intero giornale, il Lyon, declinata nei suoi vari pesi e una palette cromatica dai toni pastello. Tutto il lavoro di Porter è volto a offrire una lettura piacevole, dove il testo si alterna a elementi informativi che conferiscono respiro alla pagina e alleggeriscono la visone d'insieme dell'impaginato. Il grafico inglese ha introdotto un maggior uso di cartine geografiche, precedentemente utilizzate quasi esclusivamente per articoli strettamente legati al tema del viaggio. Le mappe, essenziali e pulite da ogni elemento di disturbo, forniscono un aiuto alla lettura e una migliore comprensione dell'articolo; allo stesso modo vengono inseriti grafici ed infografiche come elementi di supporto per il lettore e approfondimento del pezzo.
La rivista si divide per sezioni, contrassegnate da una banda colorata, e si apre con gli articoli di stretta attualità, prosegue poi verso la cover story e le rubriche fisse per poi concludersi con fumetto e oroscopo. Il numero delle colonne varia a seconda del tipo di articolo e alla sua lunghezza. Si va dalle due colonne usate per gli articoli della sezione Pop, alle tre per gli articoli di attualità, fino alle quattro utilizzate per le breaking news, le opinioni, le recensioni e l'oroscopo.

Per un giornale che attinge principalmente materiale da riviste straniere, è fondamentale la traduzione degli articoli, che è curata da traduttori. La diversità della lingua crea problemi anche per l'impaginazione. Il testo tradotto, infatti, ha inevitabilmente un numero di battute diverso dall'originale, che va adattato alla pagina e fatto dialogare con le immagini collegate in modo da non alterarne l'idea del progetto originale.
Oltre agli editor che curano ognuno una sezione tematica e una determinata area geografica, ai grafici e ai traduttori, sono presenti in redazione un team di photo editor e un reparto web che collaborano per portare in edicola un prodotto qualitativamente valido.
Le cinque photo editor (tre che si occupano del cartaceo e due del web) svolgono un incessante lavoro di selezione per scegliere le foto più interessanti da pubblicare sulle prime pagine del giornale e nella rubrica Portfolio sul sito web. Insieme ai grafici, le photo editor lavorano anche alle copertine, commissionando le illustrazioni all'artista che può meglio rappresentare il tema della settimana, cercando sempre di sorprendere il lettore con uno stile particolare, che si adatti all'argomento dell'articolo che accompagnano. Ad esempio, le illustrazioni di stile più grafico vengono utilizzate per gli articoli scientifici ed economici, mentre quelle pittoriche di solito accompagnano i testi più letterari o sociali. Anche per le fonti iconografiche, quindi, Internazionale attinge a una vasta schiera di fotografi e illustratori freelance, che propongono direttamente i propri lavori alla redazione. Questi artisti sono di fama mondiale, come ad esempio Noma Bar, tuttavia le photo editor pubblicano spesso anche lavori di giovani artisti emergenti del panorama nazionale.
Trovano spazio all'interno della rivista anche le tavole dei migliori graphic journalist del momento. Quello del graphic journalism, ovvero di articoli di opinione e cronaca raccontati con i fumetti, è molto in voga in Francia, tuttavia, grazie anche a Internazionale, questo modo di raccontare la realtà sta prendendo piede. È proprio su queste pagine che il fumettista romano ZeroCalcare ha fatto il salto di qualità, dal racconto generazionale, al graphic journalism con i due racconti dedicati alla resistenza curda ("Kobane Calling" e "Ferro e Piume").

“Utilizzo di immagini grandi,
con significato e carattere,
per coinvolgere il lettore
ed impostare
un tema per la lettura”
FOTOGRAFIA SABINA KERIMOVA

ABBIAMO INCONTRATO

Nell'era del digitale, anche Internazionale pubblica sia sul web che sul cartaceo, per garantire un'immediatezza nella condivisione delle notizie in rete. Tuttavia, il formato digitale non sostituirà la carta, che è in grado di sfruttare al meglio l'impaginato e i colori. La diffusione del giornalismo online ha aiutato a raggiungere un pubblico sempre più vasto perché è una grande opportunità, uno strumento per allargare il bacino potenziale dei lettori, ma assolutamente diverso rispetto al cartaceo che ha pur sempre un suo fascino e i suoi appassionati.
La rivista che troviamo in edicola è frutto di una dura settimana di lavoro minuzioso. I vari responsabili e redattori cercano giornalmente sulle pubblicazioni estere articoli di particolare interesse. I testi vengono poi valutati in una riunione da cui uscirà una guida che definisce in maniera chiara la struttura del giornale per le tre settimane a seguire. I redattori hanno tempo fino al giovedì pomeriggio per trovare gli articoli da inserire nel numero successivo. Dopo una riunione in cui vengono definiti gli articoli ufficiali, si procede alla stesura del menabò e la successiva impaginazione della rivista. I testi e l'impaginazione vengono curati in maniera quasi maniacale, in modo che il risultato finale sia perfetto e completamente privo di errori. Questa cura del dettaglio fa sì che la rivista sia apprezzata per la qualità non solo dei contenuti, ma anche della forma in cui vengono presentati. Spesso capita di dover aggiornare un pezzo di un articolo anche all'ultimo secondo e per poterlo cambiare è necessaria collaborazione diretta con la tipografia. Questa decisione, ovviamente, dipende principalmente dall'importanza dell'evento appena accaduto. Questo è successo soprattutto nel 2001, con i fatti del G8 di Genova che si susseguivano a ritmi incalzanti, e durante l'11 Settembre.

La redazione di Internazionale incontra spesso i propri lettori, grazie ad un Festival che nasce nel 2007 e si svolge a Ferrara.

La redazione di Internazionale incontra spesso i propri lettori, grazie ad un Festival che nasce nel 2007 e si svolge a Ferrara. L'iniziativa è stata bene accolta dalla città e dall'ex sindaco Gaetano Sateriale, principale promotore dell'evento. Il festival si svolge in tre giorni nel weekend, e propone un calendario ricco di eventi come workshop, conferenze, proiezioni di film, che hanno lo scopo non solo di informare il pubblico, ma anche di aprire le porte della redazione ai lettori della rivista. In programma figurano sempre delle conferenze chiamate "In redazione", dove i grafici e i giornalisti raccontano lo svolgersi della vita redazionale e svelano i trucchi del mestiere che riguardano il campo dell'editoria.
Vengono invitate le figure di spicco del giornalismo nazionale e internazionale, con cui il pubblico può interagire durante dibattiti moderati da altre personalità del mondo del giornalismo, come è successo in passato con Concita de Gregorio o Saviano. Alla prima edizione del festival la redazione propose la proiezione in anteprima di Persepolis, con un incontro con l'autrice, Marjane Satrapi, l'affluenza fu così numerosa da dover proiettare il film due volte.
Il numero sul viaggio è un punto cardine di Internazionale, è nato come un escamotage per permettere alla redazione di prendere le ferie nel periodo in cui la redazione contava pochi elementi. È un numero triplo che copre le tre settimane d'agosto. È poi diventato presto un must, ed è ogni anno il numero più venduto della rivista da sempre. Il numero d'agosto parla del viaggio in maniera ampia. Propone al lettore articoli "senza tempo", ovvero pezzi che trattano il tema del viaggiare che i redattori raccolgono nel corso dell'anno. Il numero d'agosto realizza lo scopo principale che si propose ventitré anni fa Giovanni De Mauro insieme ai suoi giornalisti: permettere al lettore di viaggiare nel mondo, attraverso le notizie.

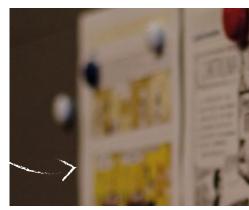
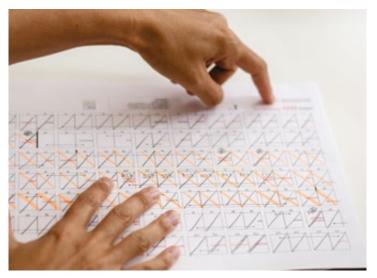
Pasquale Cavorsi
Capo servizio

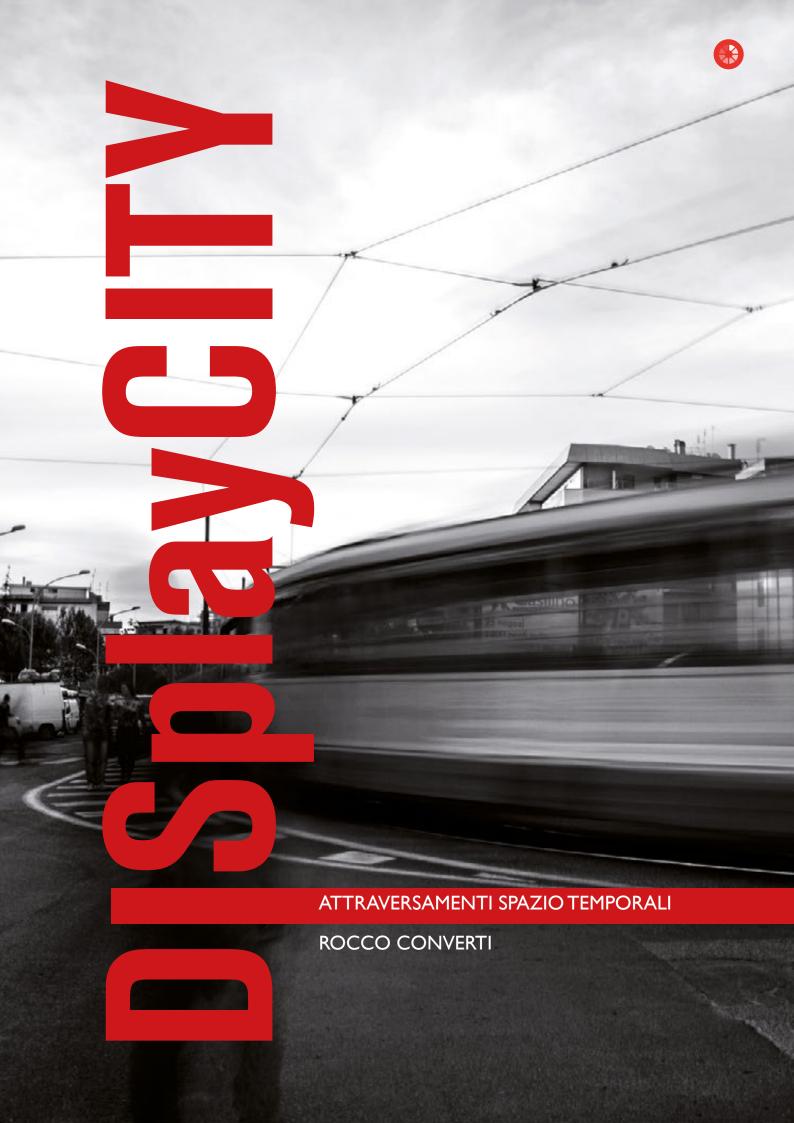
Marta Russo
Grafica

Valeria Quadri
Grafica

Giovanni De Mauro
Direttore e Art director

La photo editor ci parla della copertina della rivista.

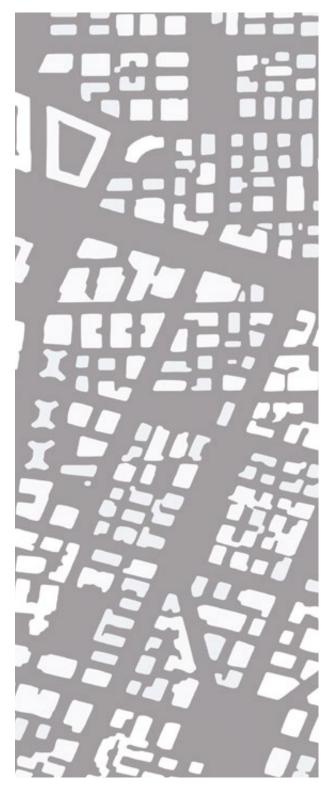
"Gli articoli presenti nella rivista sono visualizzati tutti insieme sulla bacheca presente nel corridoio."

Le infografiche forniscono un elemento di supporto per il lettore.

“È importante tenere sotto controllo l’avanzamento dell’articolo tramite il timone.”

DisplayCITY
ATTRAVERSAMENTI SPAZIO TEMPORALI
ROCCO CONVERTI

LA SCIENZA HA SCOPERTO CHE L'UNIVERSO NON È ALTRO CHE CAMBIAMENTI, ATTIVITÀ, PROCESSI: UNA TOTALITÀ DI FLUSSI CHE COSTITUISCE LA BASE DI TUTTI I FENOMENI. (...) FORME TRANSITORIE BALENANO DENTRO E FUORI L'ESISTENZA, CREANDO SENZA TREGUA UNA REALTÀ COSTANTEMENTE RICREATA.

da Sogyal Rinpoche, "Il libro tibetano del vivere e del morire", Ubaldini, Roma, 1994.

riflessioni proposte intendono affrontare il tema delle relazioni tra spazio e tempo attraverso la rappresentazione delle configurazioni attuali, remote e potenziali, assunte dallo spazio urbano inteso come teatro dell'esperienza esistenziale, ripercorrendo l'esperienza didattica svolta in qualità di docente nei corsi di "Elaborazione digitale dell'immagine", "Informatica per la grafica" e di "Tecniche di modellazione digitale 3D" presso l'Accademia di Belle Arti di Roma durante gli ultimi due anni accademici.

L'ambito tematico dei corsi si è basato sui fondamenti teorici, metodologici e tecnici della rappresentazione informatica orientata alla grafica ed alla comunicazione visiva.
Il percorso formativo è stato diretto a svelare l'essenza euristica dell'atto rappresentativo in ogni sua forma ed in ogni sua fase, al fine di formare un'idea sintetica della rappresentazione digitale intesa innanzitutto come metodo di scrittura del pensiero creativo nel processo di ideazione, progettazione e realizzazione della produzione grafica.
Attraverso l'uso degli strumenti, dei metodi e delle tecniche della rappresentazione informatica si è inteso promuovere la comprensione critica e l'esercizio operativo dei processi per determinare le molteplici forme, le modalità compositive e le potenzialità comunicative degli enti grafici elementari, delle immagini, dei testi e delle loro possibili modalità di accostamento nello spazio grafico.
L'attività didattica si è articolata in due fasi di lezioni teo-

riche, tutorial informatici, attività integrative on-line e di revisione degli elaborati delle esercitazioni applicative.
La prima fase delle attività, destinata all'analisi ed alla rappresentazione di spazi, oggetti ed eventi della scena urbana, è stata orientata a promuovere la conoscenza degli strumenti di rappresentazione informatica e la sperimentazione delle tecniche operative di creazione degli enti grafici elementari, di elaborazione dell'immagine, di composizione del testo e di gestione del campo grafico nonché delle strategie di comunicazione visiva della dimensione spazio-temporale.
La seconda fase delle attività, destinata al tema della modificazione dello spazio esistente attraverso procedure morfografiche e a quello della organizzazione dell'informazione nell'interfaccia grafica, è stata orientata a promuovere la sperimentazione sinergica delle potenzialità creative e comunicative delle varie tecniche digitali di trasformazione degli oggetti, di composizione dell'immagine, di articolazione del testo e di strutturazione dello spazio grafico, nonché l'esercizio della rappresentazione come metodo di determinazione progressiva dell'idea progettuale e del linguaggio visivo.
Le esercitazioni applicative sono state organizzate in due gruppi tematici, seguendo parallelamente le fasi di sviluppo delle lezioni teoriche.
Il primo gruppo di elaborati consisteva in una serie di esercizi analitici di scomposizione e ricomposizione di spazi, oggetti ed eventi della scena urbana da svolgere attraverso la sperimentazione degli strumenti e delle tecniche operative di base della rappresentazione informatica.
Il secondo gruppo di elaborati consisteva in una serie di esercizi di definizione progressiva di un progetto grafico sul tema della rappresentazione dei processi di trasformazione urbana da svolgere attraverso la sperimentazione dei linguaggi e delle tecniche compositive della grafica digitale sulla base delle esigenze di memoria, comunicazione e realizzabilità.

A fianco:
Andrea Cicognetti
Pagina sinistra:
Domitilla Carlini
Fkloto di apertura:
Claudia Roma

“È RAGIONEVOLE PENSARE CHE NEL VENTUNESIMO SECOLO AVREMO SOLO A CHE FARE CON REALTÀ INTANGIBILI, CON IMMAGINI ILLUSORIE, EVANESCENTI, CON UN MONDO POPOLATO DI SPETTRI, DI ALLUCINAZIONI, DI ECTOPLASMI?”

È con questo interrogativo proposto da Thomas Maldonado nel suo “Reale e virtuale” che sono state avviate le attività didattiche, in aula e su piattaforma online, con il duplice e ambizioso intento di stimolare la ricerca nell’ambito delle esercitazioni applicative e di costruire un quadro di riferimento sulle dinamiche storiche e socio-ambientali all’interno delle quali ogni artista attuale e potenziale è chiamato a orientarsi individuando il proprio ruolo.
Gli strumenti informatici di rappresentazione territoriale basati su tecnologia satellitare producono un’immagine inedita e indecifrabile della superficie terrestre che necessita di una decodifica diacronica per poter essere di supporto alle ipotesi di una sua trasformabilità e quindi emerge l’esigenza di riscrivere sulle basi cartografiche satellitari, attraverso il metodo della discretizzazione del continuo, la storia del territorio oltre che il suo stato attuale, ipotizzandone possibili configurazioni attraverso il confronto tra modelli di simulazione degli scenari futuri.
L’attuale scenario di recessione dell’economia globale non è soltanto l’esito delle politiche neoliberiste messe in atto negli ultimi decenni attraverso processi di deregolamentazione, delocalizzazione ed esternalizzazione dei costi ambientali, peraltro non contabilizzati nelle stime sulla crescita basate su indicatori economico-finanziari come il PIL, né soltanto una delle crisi cicliche del capitalismo come previsto da Marx, ma rappresenta il sintomo di una rottura profonda di equilibri dinamici tra specie viventi e habitat di riferimento nonché la crisi di un modello di sviluppo basato sul consumo unilaterale delle risorse naturali e sull’idea di una crescita infinita in un sistema finito come quello rappresentato dal nostro pianeta.

LA RICERCA ARTISTICA SULLO SPAZIO URBANO E LE STRATEGIE TEMPORANEE DI OCCUPAZIONE DELLO SPAZIO POSSONO RAPPRESENTARE UN RIFERIMENTO STABILE PER IL RADICAMENTO DI PROCESSI DI RIGENERAZIONE AMBIENTALE.

L’arte contemporanea, dopo una lunga fase segnata dall’egemonia di esiti di auto-rappresentazione figurativa della progressiva liquefazione della civiltà occidentale, può ritrovare un fertile terreno di rifondazione suggerendo ipotesi alternative alle attuali strategie di gestione del territorio, inteso come risorsa primaria da preservare per assicurare la sopravvivenza dell’ecosistema ambientale, attraverso una ricerca tesa ad una revisione critica del modello di sviluppo economico imposto a scala globale dalle società industrializzate.
Una nuova generazione di «architetti e ingegneri scalzi», come li definisce Yona Friedman nel suo “L’architettura di sopravvivenza”, dovrà affrontare le questioni emergenti dalla crisi globale delineando scenari possibili e promuovendo azioni trasversali come il riuso dello spazio e il riciclo dei materiali, la pratica dell’auto-pianificazione e dell’agricoltura urbana, la creazione di un modello orizzontale e capillare di gestione energetica basato su fonti rinnovabili da utilizzare in base al loro ritmo di rigenerazione, nonché l’uso di tecnologie costruttive elementari in sinergia con sistemi di intelligenza artificiale al fine di attuare nuovi equilibri dinamici tra ambiente antropico e natura.
La ricerca artistica sullo spazio urbano e le strategie temporanee di occupazione dello spazio con finalità evenemenziali, svelando le potenzialità insite nei luoghi e offrendo modelli interpretativi e metodologie di intervento alle varie scale, possono rappresentare un riferimento stabile per il radicamento di processi di rigenerazione ambientale.
L’idea di punto di vista mobile, che esplora lo spazio attraverso una percezione attiva spazio-temporale, supera l’unicità statica del punto di vista della visione zenitale posto ad una distanza teoricamente infinita che

A fianco:
Stefano Musso

LA DIFFUSIONE DI UNA RETE SEMPRE PIÙ ESTESA DI PROTESI TECNOLOGICHE INDUCE INOLTRE A REINTERPRETARE LE EVENTUALI RELAZIONI TRA ESSERI UMANI E IL LORO POSSIBILE RAPPORTO CON L'ECOSISTEMA GLOBALE

prelude ad una separazione dall'oggetto rappresentato e quindi, all'unilateralità della visione oggettiva dall'alto, posta alla base dell'azione di trasformazione ambientale, devono affiancarsi sguardi trasversali, diretti a cogliere e a rappresentare le dinamiche in atto nella società.
La diffusione di una rete sempre più estesa di protesi tecnologiche induce inoltre a reinterpretare le eventuali relazioni tra esseri umani e il loro possibile rapporto con l'ecosistema globale, nonché a rileggere e ridisegnare lo spazio antropico secondo modalità completamente nuove: uno spazio relazionale e fluido in cui gli attori possono attuare processi di gestione diretta e responsabile delle sue potenzialità e risorse rinnovabili.
Le tecnologie digitali, estendendo le possibilità implicite nelle facoltà sensoriali e gestuali, modificano il processo di interazione tra soggetto e ambiente e assumono il ruolo di nuovo sistema conformativo del pensiero: nella mediazione tra attualità e potenzialità, l'ambiente, trasformato da energie dinamiche in divenire generate anche attraverso l'azione di sistemi di sensori e attuatori miniaturizzati, non si esaurisce in quello percepibile ma si espande anche in quello potenziale.
Lo spazio antropico contemporaneo, attraversato da flussi di informazioni ed eventi in sospensione tra immaginario e memoria, si sottrae alla possibilità di essere rappresentato all'interno di un sistema di riferimento cartesiano e il progetto della sua trasformabilità, superando qualsiasi tendenza formalista, deve rimodellarsi sull'interpretazione delle sue molteplici possibilità di uso cogliendo in senso diacronico le dinamiche in atto nelle società a scala globale.
Lo spazio grafico, reale o virtuale, rappresenta la prima preesistenza senza qualità nella quale la rappresentazione, in un confronto continuo con un vuoto progressivamente modellato dalla presenza o dall'assenza di tracce, simula in termini del tutto astratti il processo di interpretazione e modificazione dell'esistente, predisponendo e mettendo in scena una realtà metamorfica, un territorio mutevole e relazionale generato dall'insieme delle possibili interazioni tra idea, segno e spazio grafico, del tutto analoga alla realtà messa in atto da qualsiasi essere umano attraverso la creazione di una rete di slittamenti nell'insieme delle possibili interazioni tra soggetto, gesto e spazio antropico.

In questa pagina: Costa Pluvini. Nella pagina precedente: Stefana Andrici

In tal senso azioni e rappresentazioni si configurano come ermeneutica di un sistema di oggetti ed eventi, reali e virtuali, come luogo di appropriazione gestuale dello spazio fluido dell'esperienza, inteso come campo energetico attivo e come processo di ricerca e proposta di modelli cognitivi e comportamentali.
Un'idea, un pensiero astratto, un'intenzione progettuale, necessitano di un supporto esterno alla mente per raggiungere una loro prima formalizzazione e lo spazio grafico, reale o virtuale, rappresenta la prima preesistenza senza qualità nella quale la rappresentazione grafica, nel suo progressivo definirsi, organizza e mette in scena un universo invisibile Nella accezione più usuale la rappresentazione deriva dal risultato dell'attività del tracciare segni su una superficie, traducendo tale gestualità di natura psicofisica in simboli grafici, che possono dar avvio ad un percorso di ricerca. Il segno grafico, inteso prioritariamente come atto energetico individuale, definisce in via del tutto generale i caratteri dell'identità di chi lo esegue, evidenziando tanto l'attitudine a riconoscere, quanto quella a riconoscersi, rivelando attraverso la propria configurazione l'universo di tensioni e significati di cui si fa portatore.
L'oggettivazione dell'idea in un dato esterno alla mente, rappresentato dal campo grafico, diviene a sua volta causa di ulteriori riflessioni critiche e propositive, che generano come conseguenza l'istituirsi di un processo ciclico tra pensiero e atto grafico.
La rappresentazione grafica allora, nel suo attuarsi, diviene un fattore attivo nella generazione di nuove forme e nuove idee e luogo privilegiato di ricerca all'interno del processo di concezione dell'arte, configurandosi quindi come metodo che determina le operazioni creative e la riduzione progressiva dell'indeterminato.
La ricerca di esiti formali condotta con gli strumenti della rappresentazione, attraverso l'applicazione di operazioni elementari sulle entità figurative primarie, non può prescindere dalle analisi delle loro potenzialità espressive e morfogenetiche formulate da Wassily Kandinsky in "Punto linea superficie", e da Paul Klee nell'insieme degli scritti raccolti sotto il titolo di "Teoria della forma e della figurazione", i cui contributi travalicano

LA RAPPRESENTAZIONE GRAFICA DIVIENE UN FATTORE ATTIVO NELLA GENERAZIONE DI NUOVE FORME E NUOVE IDEE E LUOGO PRIVILEGIATO DI RICERCA ALL'INTERNO DEL PROCESSO DI CONCEZIONE DELL'ARTE

IL RITMO DELLA LINEA, INTESO COME TRADUZIONE GRAFICA DELL'ENERGIA NECESSARIA AL SUO RIVELARSI ED IN CUI È IMPLICITO IL CONCETTO DI MISURA E VARIAZIONE, È ALLA BASE DELL'ARMONIA DELLA COMPOSIZIONE

ampiamente gli ambiti disciplinari specifici all'interno dei quali sono stati elaborati.
I punti, le linee, le superfici non sono soltanto enti geometrici assoluti ma soprattutto elementi strutturanti ogni volontà formativa, e la ricerca sull'autonomia espressiva della sperimentazione grafica sulle entità figurative primarie, dopo la crisi della rappresentazione prospettica monoculare, ha costituito il fulcro del pensiero artistico della modernità.
Il ritmo della linea, inteso come traduzione grafica dell'energia necessaria al suo rivelarsi ed in cui è implicito il concetto di misura e variazione, è alla base della armonia della composizione lineare e la ricerca artistica della modernità, superando l'orizzonte figurativo, ha individuato nella composizione lineare un territorio fondamentale di sperimentazione estetica
L'individuazione delle superfici avviene mediante linee, che ne definiscono la struttura che le organizza, e ritmi, che producono campi energetici, evidenziando l'effetto spaziale dei sistemi di progressione segnica.
Si definiscono, in questo modo, gli archetipi della figurazione attraverso i processi che conducono dal punto alla linea, dalla linea alla superficie, dalla superficie alla forma spaziale tridimensionale, nei quali, come afferma Paul Klee, "il movimento sta alla base di ogni divenire".
Le riflessioni di Klee e Kandinsky, non si concentrano sui valori della forma conclusa ma sulle modalità secondo le quali si esplicita il processo di formazione sulla base dell'organizzazione normativa della energia presente nelle

In basso: Dalila Della Calce

entità grafiche elementari nel loro relazionarsi dinamicamente nel tempo e nello spazio.
Il processo di morfogenesi grafica che si realizza attraverso la sequenza delle operazioni elementari del Piegare, Accostare, Sovrapporre, Tagliare, Bordare, Inclinare, Schermare, Comprimere, Ruotare, Traslare, Gerarchizzare, Frammentare, Misurare, Identificare, Alternare, Stratificare..., con cui Franco Purini compone il ciclo di tavole incluse nel testo "Nel disegno", evidenzia le possibilità compositive di tutte le operazioni teoriche di elaborazione della forma attraverso meccanismi morfografici, connettendosi in modo particolare alla Teoria della forma e della figurazione di Paul Klee e ponendosi in continuità con una lunga ricerca di esiti formali condotta attraverso l'esercizio del disegno, inteso come riflessione sui rapporti fra segni e significati.
L'esperienza delle avanguardie artistiche del Novecento dimostra che la significazione degli enti grafici elementari e il loro accostamento costruttivo, mediante operazioni conformative, all'interno di composizioni astratte prive di qualsiasi declinazione scalare, si configurano come eccellenti tecniche euristiche di elaborazione della forma.
Il procedimento paratattico, nonostante un apparente meccanicismo, interpreta pienamente la frammentazione del tempo e dello spazio tipica della modernità e perciò ne caratterizza tutta la ricerca compositiva, sostituendo il metodo di coordinamento gerarchico degli elementi della composizione di matrice classica con l'accostamento delle parti da cogliere simultaneamente attraverso inquadrature diverse.

LE VARIAZIONI DI LUCE E COLORE EVIDENZIANO UNA REALTÀ IN CONTINUA METAMORFOSI

Le variazioni di luce e colore nello spazio e nel tempo, evidenziando una realtà in continua metamorfosi, definiscono attraverso la dimensione della caducità un contesto astratto, avente valore di paradigma nei confronti dell'esistenza, e lo spazio antropico generato dalla mutua tensione tra entità metamorfiche, si configura come spazio relazionale che mette in scena una metafora visiva del tempo, in cui la luce è rivelazione progressiva della forma, il colore rappresenta la reazione graduale della materia alla luce e la materia, trasformata in materiali da costruzione, attua la trasmutazione ciclica che intercorre tra natura e architettura.

LUCE, COLORE E MATERIA SUBISCONO UN PROCESSO DI COMPRESSIONE NELLO SPAZIO DELLO SCHERMO, LUOGO DI INGRESSO DELLA CONNETTIVITÀ, INTESO COME "QUADRO DI PROIEZIONE DI IMMAGINI INSTABILI" E COME "SUPERFICIE-LIMITE" DI ACCESSO COGNITIVO E SENSORIALE

La luce lega in modo permanente e univoco ogni manufatto edilizio a un luogo specifico e l'assonanza etimologica tra i due termini latini "lux" e "lucus" sembrerebbe asserire l'indissolubilità di questo legame.
L'insieme delle superfici costituenti gli involucri e gli invasi architettonici si comporta come un filtro nei confronti delle mutazioni periodiche indotte dalla luce naturale attraverso le varie modalità di captazione poste in atto e la scrittura luminosa di uno spazio urbano si attua modellando l'azione della luce, intesa come materia acorporale del costruire e del rappresentare, e mettendo incessantemente in scena, attraverso la transizione progressiva tra luce e buio, una coreografia silenziosa, generata dalla sovraimpressione di ombre in movimento sulle superfici materiche delle architetture.
Come afferma Theo Van Doesburg "Il colore è un mezzo per influenzare direttamente l'anima" e Il ritmo delle superfici e dei campi cromatici, inteso come traduzione grafica dell'energia primaria che rende possibile l'esistenza ed in cui è implicito il concetto di misura e variazione, è alla base della armonia della composizione a cui conferisce ritmi, aritmie e soprattutto una temporalità.
La materia, trasformata in materiali da costruzione da assemblare nei manufatti attraverso rapporti di mutua tensione, evoca implicitamente il concetto di peso che marca un luogo con il timbro della permanenza, rappresentando un valore da esprimere anche attraverso la sua stessa negazione e durante l'arco temporale che congiunge l'esperienza delle avanguardie artistiche del Novecento con la contemporaneità, si assiste ad una emergente tendenza all'affrancamento dal peso della materia e ad una contestuale ricerca di vuoto e di approssimazione al grado zero della scrittura artistica nelle arti visive, che connette, attraverso una linea ideale di esperienze di ricerca, la ricerca di essenzialità espressa dalle opere di Paul Klee con la prefigurazione dell'egemonia di una "estetica della sparizione" teorizzata da Paul Virilio.
Il processo liquefazione del reale indotto dalle tecnologie informatiche va inteso nel senso di una ricerca dell'essenza oltre l'apparenza del sensibile, procedendo dall'oggetto al suo concetto e dalla materia all'immaterialità.
Luce, colore e materia subiscono un processo di compressione nello spazio dello schermo, luogo di ingresso della connettività, inteso come "quadro di proiezione di immagini instabili" e come "superficie-limite" di accesso cognitivo e sensoriale ad un sistema di spazialità in divenire determinate dalla mutua interazione tra corpi, spazi ed eventi come afferma Paul Virilio nel suo "Lo spazio critico".
In tale processo si definiscono zone di interfaccia tra punti, linee, superfici, luce, colore, materia e informazione, in cui la continuità elettromagnetica, superando la separazione fisica e temporale tra cose ed eventi, determina la riorganizzazione del rapporto tra la mente e la realtà, predisponendo e mettendo in scena una spazialità altra, un territorio mutevole e relazionale generato dall'ibridazione tra immagini reali e immagini di sintesi e producendo una realtà terza in cui il totale è superiore alla somma delle parti.

A fianco:
Valentina Proietti
Pagina destra:
Stefano Rondini

Comporre lo spazio grafico attraverso punti, linee, superfici, luce, colore e materia, significa allora predisporre l'impianto di una struttura ideale, eterotopica ed allomorfa, che articolando la sua dimensione spaziale nel sistema di rapporti intercorrenti tra le diverse entità che la compongono, genera uno spazio relazionale che ingloba entità apparentemente eterogenee e frammentate, ma tendenti a ricomporsi per reciproca assonanza o dissonanza, per analogia di significati o per contrasto, fino a produrre una sorta di equilibrio instabile, cui il fruitore dà senso e valore di esperienza percepita e conservata nella memoria attraverso interazioni mentali, sensoriali, motorie ed emozionali.
È soprattutto in questa direzione che si deve interpretare il ruolo destabilizzante che i punti, le linee, le superfici, la luce, il colore e la materia assumono nella definizione dello spazio grafico, conferendo alla composizione un surplus comunicativo rispetto alla impaginazione intesa come esito esclusivamente tecnico e qualificandola in senso metaforico attraverso il valore dell'impermanenza:

LA REALIZZAZIONE DELL'IMPERMANENZA È, PARADOSSALMENTE, L'UNICA COSA A CUI POSSIAMO AGGRAPPARCI, FORSE IL NOSTRO UNICO POSSESSO DUREVOLE

da Sogyal Rinpoche,
"Il libro tibetano del vivere e del morire",
Ubaldini, Roma, 1994

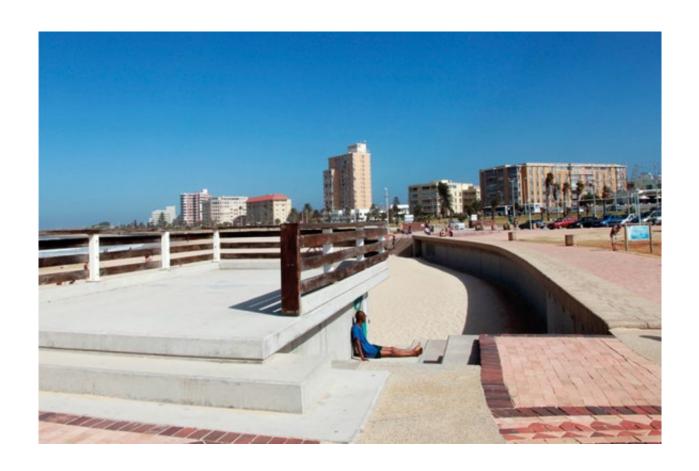
IL VIAGGIO DEL **VEDERE**

di Marcello Di Donato

"NELLA CIVILTÀ MECCANICA, NON C'È PIÙ POSTO PER IL TEMPO MITICO SE NON NELL'UOMO."

(Claude Lévi-Strauss, Antropologia Strutturale)

Sin dagli inizi degli Anni '80 abbiamo assistito alla nascita di un gran numero di scuole di fotografia, per via delle mode e del conseguente mercato. Oggi assistiamo a un gran numero di persone, anche "artisti" che si aggirano per città e campagne con una macchina fotografica appesa al collo, meglio se di ultima generazione, altamente tecnologica, mettendo a dura prova le articolazioni cervicali, nell'illusione che sia l'oggetto a fare la bella foto. Trascurano un piccolo particolare: gli artefici sono la cultura e lo sguardo, con tutto il loro bagaglio di conoscenza e di memoria, conscia e inconscia.
Né un buon laboratorio di stampa, né correzioni e manipolazioni, né artifici computerizzati possono sopperire la mancanza dei requisiti sopra citati. Effetti speciali possono meravigliare, stupire, soddisfare problemi formali, ma nulla hanno a che fare con la meraviglia dell'attimo fuggente, con l'arte "dell'occhio vergine".

MARCELLO DI DONATO - TOWERSHIP, JEFFREYS BAY 2012

MARCELLO DI DONATO - PORT ELIZABETH 2012

MARCELLO DI DONATO - GARDEN ROUTE 2012

CHAOLUMENG BAO - 2014

IL “VIAGGIO DEL VEDERE” CI PERMETTE DI FORMULARE UNA POSSIBILE COMUNICAZIONE SIMBOLICA CHE POSSA FAR EMERGERE MEMORIE E SENTIMENTI DIMENTICATI NELLO SPAZIO E NEL TEMPO...

Con questo non voglio dire che sono contrario agli sviluppi tecnologici e a intelligenti manipolazioni per evolvere la potenzialità che la fotografia ha. Voglio dire semplicemente che in questo caso la foto è un oggetto, se pur "estetico" è un oggetto freddo o edulcorato espropriato della sua peculiarità, della ineffabile pregnanza di quel particolare trànsfert che si stabilisce nel momento in cui avviene "sincronicamente" lo scatto e il soggetto si cristallizza in un corpo morto, per rivivere "diacronicamente" nello spazio e nel tempo nella memoria individuale e collettiva. La fotografia è una immagine simbolica e come tutte le forme visive ambisce a essere linguaggio, ma nella misura in cui rimane prigioniera della forma, della oggettività estetizzante, se pur seduttiva, viene meno alla sua intrinseca vocazione, "comunicare", unico statuto per la formazione di un linguaggio, in questo caso visivo. Molte fotografie e fotografi "dimostrano quel che è evidente, trascurando ciò che resta ignoto".

Il "Viaggio del vedere" ci permette di formulare una possibile comunicazione simbolica che possa far emergere memorie e sentimenti dimenticati nello spazio e nel tempo.

CAROLINE PLUGER - 2014

L'occhio che guarda riflette le immagini, all'interno del nostro complesso meccanismo mnemònico, che sottende la facoltà di conservare e richiamare alla coscienza le esperienze e le conoscenze del passato, le seleziona e le classifica a seconda della simbiosi che stabilisce con il soggetto osservato e, attraverso un rapporto empatico, le trasforma in sentimento della memoria. Detto questo penso che, ognuno di noi ha una memoria atavica e una temporale o sovrastrutturale, che agiscono in misura diversa, in modo irrazionale la prima e razionale la seconda, a volte simultaneamente.

La fotografia di viaggio (sopratutto quella interiore) non andrebbe affrontata come reportage, ma quasi come atto voyeuristico.
Il viaggio è contaminazione simbolica antropologico-culturale-animistica con una contemporanea-tecnologico-consumistica, contaminazione che, in una particolare realtà, si manifesta nei resti, negli scarti della società opulenta.
Viaggiare, fotografare, ci permette di vedere ciò che non è rappresentato e di esplorare l'ignoto o meglio il non-espresso, nell'inconscio dei miti e più in generale di tutti coloro che hanno memoria per ricordare.

ALESSIA NAGLIERI - 2014

MARIA CLAUDIA NUCCETELLI - 2014

L'OCCHIO CHE GUARDA RIFLETTE LE IMMAGINI, ALL'INTERNO DEL NOSTRO COMPLESSO MECCANISMO MNEMÒNICO...

Cinquecento *anni dopo* ALDO MANUZIO

di Massimo Arduini

Un viaggio nel tempo attraverso le edizioni "tascabili" degli studenti di Roma.

Federica Grasso

Federica Grasso

IL 6 Febbraio del 1515, a Venezia, si spegneva Aldo Manuzio. "L'orazione funebre fu tenuta dall'anziano professore Raffaele Regio, lettore pubblico di umanità presso lo Studio di Padova, nella chiesa di San Paterniàn, dove fu esposto il corpo "con libri attorno"[(1)], erano passate poche settimane dall'uscita della sua ultima fatica editoriale: il *De rerum natura* di Lucrezio Caro, in "ottavo". Si concludeva così, e allo stesso tempo iniziava, l'epopea di quello che finalmente oggi viene considerato il padre dell'editoria moderna: Aldus Pius Manutius. Un viaggio nel tempo, indietro di cinquecento anni, compiuto insieme agli studenti del corso di Editoria d'Arte con un inevitabile "ritorno al futuro" che vedremo nella seconda parte di quanto segue. Manuzio nacque dunque a Bassiano, intorno al 1449-50, nel profondo Lazio e visse sicuramente in quella casa sede oggi di un attivo polo Museale a lui dedicato, detto "delle scritture", nel centro storico e a pochi passi da Palazzo Caetani (famiglia che aveva la signoria di Bassiano). In seguito "si trasferì ben presto a Roma, per seguire corsi di studio umanistici tra il 1467/68 e il 1475 e dove frequentò le lezioni sia di Domizio Calderini, vicino al cardinale Bessarione, commentatore di testi latini e tra i primi a intuire le potenzialità della stampa; sia di Gaspare da Verona, professore di retorica alla Sapienza, autore di una grammatica elementare e provvisto di vaste relazioni europee, cosicché già nel 1467 riferì delle attività di due tipografi tedeschi sottolineandone la novità: Arnold Pannartz e Konrad Sweynheym"[(2)] che a Roma avevano avviato la propria impresa tipografica, dopo essere passati per i monasteri benedettini di Subiaco, chiamati da Paolo II, a seguito del sacco di Magonza del 1462. Senza soffermarmi troppo sull'attività dei due e sulla storia della stampa a carattere mobile in generale fino a quel momento, aggiungo che "il loro primo testo stampato, con caratteri che già differivano dal tipo medievale gutemberghiano, fu il *De Oratore* di Cicerone intorno al 1465"[(3)]e che vennero nella futura capitale probabilmente chiamati dal cardinale Torquemada (revisore delle stesse Abbazie di Subiaco) dove poi sostanzialmente si trasferirono, impiantando la loro tipografia presso i locali/abitazioni dei fratelli Pietro e Francesco Massimo. In quegli anni a Roma era attivo un altro tedesco Ulrich Han che pubblica un numero elevato di edizioni tra cui il volume ormai considerato il "primo libro illustrato italiano" ovvero *Le meditationes*, proprio del Cardinal Juan de Torquemada. Per tornare a Manuzio, dopo questa prima fase di studi romani egli si trasferì a Ferrara e li studiò con l'ellenista Battista Guarini (figlio del grande grecista Guarino da Verona che aveva appreso il greco a Bisanzio) perfezionando il latino e studiando quella che sarebbe divenuto il *leitmotiv* del suo impegno di umanista ed editore, la lingua greca. Pedagogo *ante litteram,* Aldo arrivò alla stampa a caratteri mobili attraverso un itinerario per così dire didattico e nella convinzione che quel mezzo potesse essere lo strumento divulgativo del sapere classico alla base, per lui, dell'uomo moderno e del sapere tout-court. Di quell'enciclopedismo umanistico che di li a poco sarebbe esploso nella grande stagione del Rinascimento italiano. Cioè lo studio dei classici, della fi-

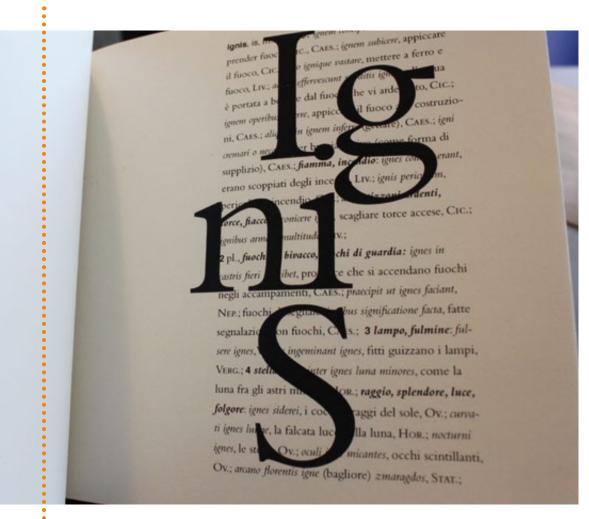
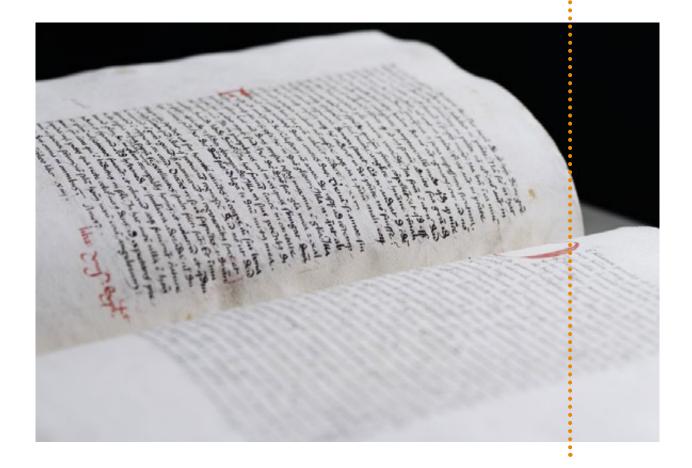
losofia e della lingua. In particolare del latino e del greco. Non dimentichiamo che a Venezia verso la fine del XV secolo sono già attive non meno di 150 tipografie. Quando vi arriverà, Aldo si innesterà in un tessuto produttivo folto e il suo apporto sarà anche nella direzione di rivendicare "il valore formativo della cultura umanistica" in un momento tormentato da "guerre immani" "che devastano tutta l'Italia e tra breve par che sommoveranno il mondo intero fin dalle fondamenta"(4). Simbolo di questa conoscenza che si poggia sul passato per compiere poi il balzo innovativo e moderno è proprio quell'icona o per meglio dire la "marca editoriale" che contraddistinguerà una specifica fase produttiva e di pubblicazioni, identificate come le "aldine" e apparsa per la prima volta nel 1498 in dedica alle opere del Poliziano, vale a dire l'immagine di un delfino attorcigliato ad un'ancora unitamente al motto latino *Festina Lente*: affrettati lentamente. Simbologia che Manuzio con molta probabilità riprese da una moneta romana del periodo di Tito Vespasiano, risalente dunque fra il 79 e l'81 d.c. Sebbene il motto in se "festina lente" è riportato dallo storiografo romano Svetonio nella *Vita di Augusto* a cui sarebbe attribuita la frase in greco: "spéude bradéos".(5)

Dunque per un certo verso e sicuramente nella sua prima fase la tipografia ebbe un ruolo essenzialmente divulgativo per Manuzio, un mezzo e non un fine. Come lui stesso ebbe modo di scrivere, le sue prime pubblicazioni erano state date "non per cercar gloria e vanto me per sbarcare il lunario"(6).

Dagli anni ferraresi iniziati intorno al 1475 e dopo che la città fu assalita dai veneziani egli si trasferì prima a Mirandola presso l'amico Giovanni Pico per poi stabilirsi, dopo alcuni anni, a Carpi per rimanervi nella qualità di precettore dei rampolli della piccola corte, Alberto e Lionello Pio, sino al 1489 anno in cui inizia a compiere i passi verso Venezia dove si stabilirà poi intorno al 1490.

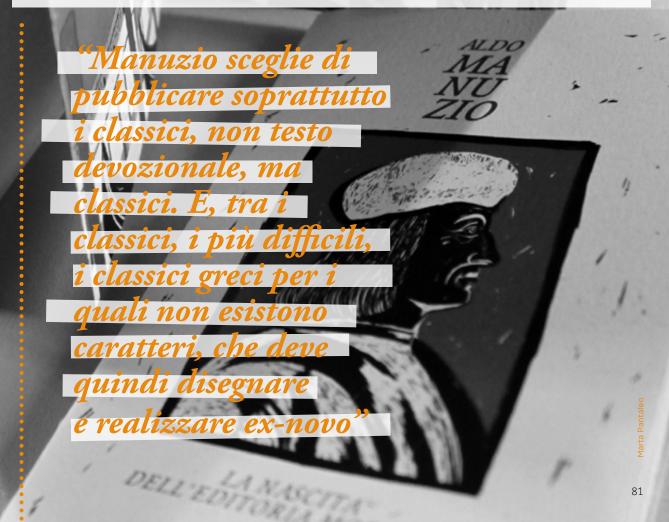
Manuzio esercita l'attività di precettore, di insegnante si direbbe oggi, ancora nei primi anni di soggiorno veneziano e con probabilità sino al Marzo del 1493, anno in cui da alle stampe la "*Grammaticae Institutiones Latinae* testo che stamperà e modificherà altre tre volte e che godette di ottimo successo editoriale fin dopo la sua scomparsa. Nel novembre 1515, a cura del letterato cretese Marco Musuro, venne invece stampata postuma la *Grammaticae Institutiones Graecae* "(7). Precedentemente Aldo aveva dato alle stampe a Carpi nel1489 il primo abbozzo della sopra menzionata grammatica latina, intitolato *De diphthongis Graecis et ut Latine fiant libellus* e fra il 1490-91 il *Musarum panegyris*, presso il tipografo veneziano Battista Torti. Un altro testo, di cui però non sono rimaste copie, ad argomento linguistico e dunque sempre in linea con la volontà di perseverare l'educazione letteraria da parte di Aldo furono gli *Utrusque Linguae Fragmenta*. In quell'ultimo decennio a Venezia si ebbe una vera e propria fioritura della stampa e dell'editoria. Lo stesso Torresano, dove Manuzio stampò la sua grammatica e del quale poi diverrà socio e genero, aveva ereditato l'impresa tipografica da un grande

Somaye Mirkamali

Enrica Sacco

stampatore ed intagliatore francese trasferitosi a Venezia nella seconda metà degli anni ’70 di quel secolo: Nicolas Jenson. Questi aveva disegnato ed inciso i primi caratteri da stampa sui motivi dei manoscritti greci e latini del ’400. Più precisamente nel *De praeparatione evangelica* di Eusebio pubblicato intorno al 1470-71 e dove il “design” del carattere *tondo* segue esigenze specificamente tipografiche. La bellezza di questo carattere sarà di base per Manuzio e Francesco Griffo (o Grifo). E affascinerà nel corso del tempo artisti e designer, nonché le Fonderie dell’epoca industriale, delle grandi rotative e della composizione meccanica che diedero vita a molti revival. Come il grande Morris Fuller Benton per l’American Type Founders con il *Closter Old Type* del 1926 e prima ancora, William Morris, l’aveva ridisegnato col nome di *Golden*; poi Frederic Goudy nel 1911 con il *Kennerly* e nell’arco di tempo 1914-1929 Bruce Rogers col *Centaur*. La Monotype ne produsse una gradevole versione nel 1924 con *l’Horley Old Style*[8] Sino alle versioni moderne e riacquisite dal digitale dell’Adobe Jenson del 1996, quello disegnato dall’americano Richard W. Beatty intorno al 1989 lo *Jenson-Eusebius*, che cerca di ricalcare con una certa fedeltà l’originale. E ancora la famiglia del *Doves* disegnati e fusi negli anni 1910-11 dall’inglese Edward Prince, per l’omonima Doves Press di Cobden-Sanderson & Walker, proprio sullo studio dei “veneziani” e oggi recuperato in digitale da Robert Green[9]. Dunque, per ritornare al nostro, l’humus nel quale Aldo muoveva i primi passi era quello di una Venezia in cui la stampa del Libro è già ai vertici tecnici e stilistici. Questo favorì e diede impulso al progetto culturale e divulgativo di Manuzio. Sta di fatto che nel 1495 apre la tipografia in “contrada di S. Agostino, dove, secondo le stime di Lowry, erano impegnati dai quattro ai sei torchi e una quindicina di operai. Le maggiori difficoltà vennero dalla messa a punto dei caratteri per la stampa del greco. [ ]Fu necessaria una scrupolosa riflessione sulla natura della lingua e sulla natura di quei segni (accenti, spiriti) che occorreva combinare con le lettere, cercando contemporaneamente di evitare un’eccessiva moltiplicazione dei caratteri che avrebbe aumentato le spese e accresciuto i tempi di composizione. Fondamentale fu la collaborazione con l’incisore Francesco Griffo [che] realizzò quattro serie di caratteri greci, sei di latini tondi e il corsivo; effettuò inoltre un tentativo di introdurre gli ebraici”[10] .” Al marzo del 1495, dunque, risale il contratto che univa in società al 50% da una parte Pierfrancesco Barbarigo, figlio intraprendente del doge di Venezia, e dall’altra Andrea Torresano e il Manuzio. Questi ultimi erano a loro volta stretti da un altro patto di compagnia, secondo il quale i 4/5 del capitale spettavano al primo e il rimanente al secondo”[11]. Dunque finanziariamente Manuzio contava poco. Contava molto invece il suo pensiero a lunga scadenza, il nuovo profilo e le nuove prospettive del libro “stampato”, quelle editoriali, del mercato, della circolazione del pensiero e la nascita di un pubblico di lettori. Da questo momento inizia una escalation formidabile. Qualitativamente e quantitativamente. Come scrive Gian Arturo Ferrari, nel suo accurato Libro sul Libro,

Manuzio "sceglie di pubblicare soprattutto i classici, con testo devozionale, ma classici. E, tra i classici, i più difficili, i classici greci per i quali non esistono caratteri, che deve quindi disegnare e realizzare ex-novo"[12]. Ma due suoi capolavori editoriali appartengono alla prima fase, per così dire, e sono il *De Aetna*, del gennaio 1496 di Pietro Bembo e l'*Hypnerotomachia Poliphili* del 1499 tutt'oggi di attribuzione incerta, probabilmente del domenicano Francesco Colonna. Il primo, in un perfetto latino, opera d'esordio e considerata minore del Bembo, è sostanzialmente la narrazione del viaggio del patrizio veneziano in Sicilia, dove si era recato per apprendere il greco, in forma di dialogo scientifico fra padre e figlio ma soprattutto "memorabile per l'eleganza del carattere romano appositamente inciso da F. Griffo [come si è già menzionato] e destinato a prendere in seguito il nome di *Bembo*. [Che] prese a modello, perfezionandolo, il tondo ideato da Nicholas Jenson, tenendo conto degli studi del tempo sulle proporzioni, e divenne un riferimento per ogni futuro ideatore di caratteri. A esso si ispirarono tutte le principali serie romane successive, da quelle incise da Claude Garamond nel XVI secolo a molti tipi in uso nella tipografia del XX secolo".[13] Il secondo volume, "La battaglia amorosa in sogno di Polifilo", in una lingua mista fra volgare e latino ma giunto al nostro sguardo come prototipo editoriale moderno, in uno svolgersi di testo ed immagini "xilografiche, probabilmente opera di un artista della cerchia del miniaturista padovano Benedetto Bordone"[14]. "La veste editoriale [infatti] combinava in modo sorprendente per tutte le 234 carte *in folio* testo e immagini. Le illustrazioni erano ricavate da [appunto] 172 incisioni su legno. L'esperienza grafica maturata servì l'anno successivo nell'edizione delle *Epistole* di S. Caterina da Siena, in cui la parte illustrativa ha altrettanta importanza e nella quale per la prima volta il M. sperimentò, sia pure per le sole parole "Jesu dolce Jesu amore", il carattere corsivo".[15] Riepilogando, con questi due testi fuori programma, per così dire, Manuzio mette in campo le basi del nuovo carattere, più simile alla scrittura ed in particolare a quella italica sviluppatasi sulle evoluzioni delle semionciali e delle onciali, e in almeno due versioni: tondo e inclinato. Il *corsivo* appunto. Anzi, così lo chiamarono i fiamminghi, per gli spagnoli era la "letra grifa" e per i francesi e gli inglesi, nelle rispettive traduzioni, semplicemente l'*italico*. Quello che troviamo scritto nella finestra "carattere" aprendo un qualunque programma di scrittura. Inoltre e in effetti a tutt'oggi il *Bembo* è il padre della famiglia dei così detti Romani Antichi, specie di sottofamiglia di Veneziani o Umanistici, che identifica più specificamente quella produzione iniziata sullo scorcio del XV secolo e proseguita nel corso del XVI. E laddove la differenza del disegno del carattere è tutta nelle raffinate ed appena accennate varianti delle inclinazioni delle aste e delle grazie, delle parti terminali. Sia in pedice che in apice. Comunque la fonte era sempre la scrittura romana nelle sue diverse evoluzioni fra Repubblica ed Impero. Scrittura che poi si modificherà per strumenti e supporti oltre che per sintassi e grammatica, mescolandosi, nel parlato, il latino con le varie realtà locali. Carattere Romano Antico che produrrà nel corso dei secoli molti modelli ancora oggi insuperati e molto utilizzati per i testi, come il già menzionato *Garamond* ideato dallo stesso intorno "al 1530 e poi ripreso dalle fonderie d'inizio secolo scorso (anche queste citate in precedenza) e che a sua volta ispirò il *Granjon*, del tipografo francese che concluse la sua attività in Italia presso la Stamperia Vaticana, collaborando con Paolo Manuzio e Domenico Baca, Robert Granjon. Il *Plantin* derivato dal noto disegnatore, legatore e stampatore fiammingo di origine

francese della seconda metà del XVI secolo. O l'insuperato *Times New Roman* di Stanley Morison (lo stesso che disegna il Bembo qualche anno prima), del 1932, ancora oggi molto utilizzato e che pure presenta delle caratteristiche di transizione come le aste ascendenti o discendenti più corte. Qualcosa di analogo per il *Caslon Old Face* dell'omonimo William Caslon, riprodotto nell'800 dalla HW Caslon & Sons e che ha già le caratteristiche di un romano moderno, allungato come il Times ma con un maggiore contrasto fra pieni e filetti, come un romano moderno. Per poi arrivare alle varianti della seconda metà del '900 come il *Sabon* progettato da Jan Tschichold intorno al 1964 per adattarsi a diverse tecniche di composizione (tradizionale a mano, linotypia e monotypia, fotocomposizione). O il *Palatino* del 1948 di Hermann Zapf, più tondo e che prende a modello il calligrafo romano rinascimentale omonimo e anch'esso adattabile alle diverse tecnologie tipografiche. Fino all'attuale font Gentium disegnata ad inizio millennio da Victor Gaultney e che dal 28 novembre 2005 è divenuta una open font"[16]. E allora - in conclusione a questa parte decisamente nozionistica ma indispensabile per introdurre sia ad una visione più esaustiva del nostro, sia al lavoro che quest'anno abbiamo specificamente dedicato, con gli studenti di Editoria d'Arte, al tema e con un prodotto che fosse in un qualche modo diretto o un più velato omaggio ad Aldo Manuzio - un'ultima riflessione sull'uomo e sull'intellettuale Manuzio. Egli ha dato vita a quella specifica realtà del "libro stampato" - che, va ricordato, non aveva nulla a che vedere con quanto c'era stato prima, ossia il libro manoscritto - identificandolo in modo assolutamente moderno in quanto a forma e contenuto, tanto da poter assurgere Manuzio come primo vero editore, nell'accezione attuale, e come tale "con quell'immaginazione concreta che resterà la caratteristica saliente degli editori di razza,[egli] rinuncia [infatti] ai grandi formati "in folio" della tradizione [...] e ripiega i fogli fino ad ottenerne un formato piccolo e maneggevole, progenitore ed insuperato esempio dei tascabili, economici, paperback o pocket che dir si voglia.[...] Ad oltre mezzo millennio di distanza, i libri di Aldo sono più simili e vicini ai nostri che ai libri di Gutemberg che li avevano preceduti di soli cinquant'anni." [17] Così gli studenti si sono tuffati in questo *trip* all'inizio ostico: per una forma mentis tecnologizzata sembrava arduo collegarsi al tema senza ricalcare pedissequamente l'aurea antica e di vecchio volume. Questo ritorno all'oggi da un passato lontano ma tutto sommato concettualmente vicino, un viaggio appunto, si è sviluppato, per due motivi sostanzialmente opposti, da un lato inevitabilmente sulle orme iconografiche e di contenuto strettamente legate alla produzione libraria di Aldo Manuzio, che per ovvie ragioni di tempo non sto qui a ripercorrere, e dall'altro ci si è dovuti confrontare con le linee guida che da diversi anni suggerisco per questa nostra edizione, vale a dire il formato tascabile (appunto) ma nell'accezione odierna, di piccolo volume. L'edizione tascabile è il pretesto infatti con cui invito gli studenti a pensare una forma-libro nuova attraverso un progetto possibilmente originale ed un medium altrettanto inatteso. Con un esplicito rimando a quella ch'è stata l'opera e la ricerca del tipografo/editore veneziano: i caratteri usati, i testi riediti, la passione per il greco e la classicità, le innovazioni grammaticali e tipografiche, l'ambiente in cui lavorava, le origini e la cultura umanistica dell'epoca ed anche gli sviluppi in Europa durante il '500. Tutte tracce seguite dagli studenti in questo percorso/viaggio che ha spesso preso una direzione anche ludica. Da sempre invito a contaminare gli aspetti di progettazione grafica con la scelta

"Manuzio sceglie di pubblicare soprattutto i classici, non testo devozionale, ma classici. E, tra i classici, i più difficili, i classici greci per i quali non esistono caratteri, che deve quindi disegnare e realizzare ex-novo"

Marta Pantaleo

di procedimenti più manuali: recupero/varianti dei supporti (di lavoro e stampa), legature/assemblaggi, formati, struttura della nuova edizione e confezione (packaging, cartella, astuccio, scatola, etc…) modalità di stampa, fustellature e *cut*, applicazioni e sovrapposizioni. La nostra edizione, "tirata" in tre copie deve prevedere un legame consequenziale fra il tema, la forma, il luogo ed il modo di "leggerlo" o presentarlo. In formato A5 o suoi sottomultipli, si arriva alla progettazione dopo aver attraversato un percorso didattico teorico sia storico che tecnico, alcune visite sempre a carattere documentativo ad archivi e/o collezioni, diversi giorni di laboratori/workshop di legatoria ed una serie di revisioni per la scelta delle parti che costituiranno l'edizione artistica. Con tanto di colophon e marchio/logo. L'esperienza degli anni passati, in cui la tematica era "aperta", ha prodotto risultati interessanti. Qui è possibile vedere solo una breve selezione poiché inerente alle linee guida del formato e delle strategie operative. Ma alcuni di rara bellezza e impegno tecnico. Come il libro pop-up di Sara Mastrantonio dedicato a Mary Poppins, risultato di una lunga ricerca e molteplici prove sui materiali, l'assemblaggio, i movimenti, le carte di supporto e gli inchiostri. Ma anche quello di Ginevra Romano dedicato al design e pensato all'interno di una struttura/packaging architettonica che contenesse e mostrasse allo stesso tempo. Ottimo esempio di manualità integrata all'uso del digitale. Federica Oliva presenta una rivisitazione di "Alice nel Paese delle Meraviglie" ricreando una location fotografica interessante come fa anche Danilo di Meo, del biennio specialistico, rivisitando "Cappuccetto Rosso" in chiave grottesca e thriller, utilizzando personaggi in carne ed ossa. Andrea Di Palma presenta un volume di prodotti/catalogo per la caccia o l'equitazione all'interno di una raffinatissima custodia in cuoio contenete tasche e d altri materiali da testare e mostrare. Tutt'altro involucro quello di Laura Angelucci: uno scrigno dei ricordi con testi, fotografie, stampe manuali, disegni, materiali feticcio. Belli e giocosi anche i libri di Chiara Virgulti, dedicato ai ragazzi, in una sorta di 3D e con carta plastificata e per tutt'altro verso l'edizione fotografica e fustellata di Monica Masotto. Simile, per i tagli, è quella di Francesca Nardo autobiografica e poetica. Mentre Chiara Orfini propone un gioco/assemblaggio fatto di libri impensabili o frutto del recupero di planimetrie, topografie, schemi: un libro di "Percorsi e Progetti" come li chiama lei. E poi ancora i libri piante di Martina Mariotti, custoditi in serra. E quello illustrato di Carolina Monaco presentato in tre varianti. Due versioni fashion: di Aurora Gabbianelli, libri "collier", e di Manuela Greco con i libri tattili e accattivanti nella scelta dei materiali e dei colori. Quindi ancora edizioni artistiche sulla fotografia come quella raffinata di Luca Pettirossi; simile quella di Gabriele Scaglione e quella in forma di "yin e yang" di Matteo Casertano. Insomma sarebbero da citare molti altri: Jessica De Carolis, Lorenzo de Dominicis, Beppe di Cesare e Luca Scavone. Ognuno con un grado di interazione fra progettazione grafica ed elaborazione "artigianale". E sicuramente la cucitura rientra in questa artigianalità non solo perché lavoriamo molto sulle legature ma perché in alcuni casi gli interventi di cucitura sono l'aspetto che costituisce l'edizione, come per Aurora Frongia e il suo libro d'artista dell'ALFABETO, conclusosi nell'arco di un anno e interamente realizzato a mano, dalla A alla Zeta. In questa scia le edizioni dedicate a Manuzio si sono

Romano Ginevra

concentrate particolarmente sul alcuni titoli pubblicati da Aldo: dalle sue innovazioni della punteggiatura, al rapporto con i modelli illustrativi delle sue edizioni, ricalcando gli impaginati, i calligrammi o quello che oggi è definito *lettering*; oppure rivolgendosi ai luoghi di Venezia, alle planimetrie e alle vedute, ai caratteri impiegati e non soltanto da lui. In alcuni casi lo studente ha voluto riproporlo da un layout prodotto in vettoriale, illustrato in maniera innovativa o abbinando manipolazioni di illustrazioni prese in prestito. In questo senso significativi i lavori di Alessandro Buzzi e Francesco Marino. Il primo si dedica alla Divina Commedia selezionando alcune cantiche delle tre parti e dando ad ognuna una veste diversa: il packaging è un tronco d'albero! Il secondo invece si concentra sul *De Aetna* per curarne le illustrazioni, gli impaginati e la texture grafica in una veste fresca e dalle rilegature calde. Non è il solo, anche Erika Panacci riprende un testo specifico, l'Hypnerotomachia Poliphili, ricostruendone la grafica interpolando l'impianto illustrativo originale con uno nuovo, in parte fotografico ed in parte disegnato; dove crea dei pattern grafici estrapolati da particolari stilistici. Federica Grasso inserisce in uno scrigno di gusto medievale vari gadget, anche il francobollo dedicatogli quest'anno e tre edizioni rilegate diversamente, una ha la copertina e la marca sul retro pirografate. E poi una sorta di mappa-infografica con i luoghi, le date e i nomi del mondo manuziano. Molto bello e giocato anche.

Mara Cimmino, del biennio, ha la stessa attitudine ludica immaginando dei libri tematici sulla scrittura, in particolare testi, marche, impaginati, punteggiature; il tutto dentro tasche estraibili ed accompagnato da una identificazione per campi cromatici. Anche Giovanni Di Gabriele si cimenta con la punteggiatura e mette a confronto Dante con Manuzio in una bella edizione in tre varianti di formato; lo stesso per Noemi Bonasera che utilizza i papiri (simili) per ricollocare la vicenda della scrittura in un'aurea ancestrale. Per arrivare di conseguenza alle reinterpretazioni in chiave "amanuense" (e dunque pre-stampa) di Eleonora Formiconi che presenta delle edizioni con carte molto bugnate, con testi e marche tipografiche rigorosamente da pennino. O l'impegnativa opera di Giulia Maiorana, che si dedica al *Sogno di Polifilo* ricalcando in calligrammi le illustrazioni e inserendo il tutto in uno scrigno "magico" che contiene le tre varianti di legatura, ampolla per l'inchiostro e calamaio!

C'è poi invece chi come Simone Cera prende alla lettera l'idea del pocket e realizza una serie di mini formati A6 in dedica a Manuzio e in cui la ricerca dei materiali è molto interessante. Di tutt'altro sapore l'accattivante libro fotografico realizzato da Enrica Sacco nella città natia del nostro: Bassiano; giocando con i formati e la trasparenza crea un libro oggetto sperimentale e al contempo classico come un album. Altri ancora, Fabrizio Valenti e Michele Maruca, utilizzano la struttura editoriale, per così dire, di Manuzio per adattarla ad un diverso prodotto. Il primo in chiave esoterica e arcaizzante, con volumi in pelle rilegati a pergamena floscia, taccuino medievale e simil-cartonata con nervi in vista. Il secondo partendo da un racconto di Tolkien ricostruisce dei volumi quadrati inserendoli in cover originali e personalizzate: ci presenta un lavoro pulito nelle illustrazioni e gradevole nel suo insieme. Qualcosa di simile ma in chiave di guida turistica fanno Arianna Fino e Espedito Iannini. Insomma ce n'è che meravigliarsi. Sotto i nostri occhi scorrono le versioni e gli spunti più svariati, le texture di William Morris riproposte da Marco Villari; il *LIber Catullo* di Clarice Armiento; la serie di libricini, con varianti di legature, sulla calligrafia, di Claudia Mancini; la raccolta dei *Tascabili* di Danilo Venuto o i Libri di Giada Semeraro che illustrano ma sono anche dei diari o block notes. Varianti più legate al libro oggetto sono il cofanetto marino di Noemi Paniccià contenete tre edizioni le cui cover sono state realizzate appositamente. E quello di Sara Proietti, scritto a mano nel corsivo calligrafico e dedicato con illustrazioni sempre floreali stilizzate e l'inserimento di materiali "veri" spesso percepibili anche olfattivamente. Giocati sul lettering in senso attuale le edizioni di Marina Alese e Giovanni Di Pede. All'insegna dell'ironia e del recupero dei materiali l'edizione di Luca Renzi con un'accattivante sensibilità tattile. E per concludere le versioni di Antonietta Russo che utilizzando vari sistemi di stampa e impostate su una storia della font (carattere) presentano con originalità le *Metamorfosi di Ovidio*. Il libro "cinese" di Valerio Pronesti elegante e con traduzioni originali. Quello di uno studente cinese, invece, Zhao Lee Lee che crea una serie di libelli intorno ai caratteri: latini, greci, orientali, moderni e arcaici; ed anche una versione di Type Design ispirata da Manuzio. Le versioni particolari dell'iraniana Somaye Mirkamali, quasi pittorica; quella di Francesca La Torre, un gioco-scatola; il libro in dialetto siciliano di Silvia Tosto e l'edizione pocket sobria di Marta Pantaleo, del biennio. Anche questa come un'illustrazione rivolta ad un target giovane. Altri studenti dovranno cimentarsi con il tema e concludere il viaggio: sono incuriosito dagli esiti. Posso augurarmi a commiato che le figure come quella di Manuzio e il libro in quanto oggetto possano ritrovare una loro collocazione forte nel mondo contemporaneo.

Alessandro Buzzi

Mara Cimmino

Note: [(1)] Antonio Polselli, Aldo Manuzio. L'ancora e il delfino - Herald Editore 2010; [(2)] *estratti da* Mario Infelise, Dizionario Biografico degli italiani, Vol.69 - Treccani on-line 2007; [(3)] A. Polselli, ibidem; [(4)] M. Infelise, ibidem; [(5)] Wikipedia on-line; [(6)] A. Polselli, ibidem; [(7)] M. Infelise, ibidem; [(8)] L. Blackwell, I Caratteri del XX secolo, Leonardo Arte 1998 (*da originale Calmann & King Ltd. London);* [(9)] Stefano Terragrossa, Onice design.it The Doves Type; [(10)] M. Infelise, ibidem; [(11)] Ibidem; [(12)] Gian Arturo Ferrari, **Il Libro** Bollati Boringhieri 2014; [(13)] M. Infelise, ibidem; [(14)] M. Infelise, ibidem; [(15)] M. Infelise, ibidem; [(16)] *estratti da* Wikipedia e L. Blackwell; [(17)] G.A. Ferrari, ibidem

Bibliografia e sitografia consultate:

- Mario Infelise, **Dizionario Biografico degli italiani, Vol.69**, Treccani on-line 2007
- **Wikipedia** on-line, Aldo Manuzio
- Stefano Terragrossa, Onice design.it **The Doves Type**
- Antonio Polselli, **Aldo Manuzio. L'ancora e il delfino**, Herald Editore 2010
- Lewis Blackwell, **I Caratteri del XX secolo**, Leonardo Arte, 1998 (*da originale - Calmann & King Ltd. London*)
- Gian Arturo Ferrari, **Il Libro**, Bollati Boringhieri 2014
- Giorgio Fioravanti, **Grafica & Stampa**, Zanichelli Editore ed. 1997

Il viaggio è una porta attraverso la quale si esce dalla realtà nota e si entra in un'altra realtà inesplorata, che somiglia al sogno.

Guy de Maupassant

EVENTI

ILLUSTRAZIONE JESSICA GRANDOLA

ShingLe22j
BIENNALE D'ARTE CONTEMPORANEA
di Anzio e Nettuno

ShingLe22j

"L'uomo è ciò che mangia"

"Arte e cibo" un avvincente e intrigante connubio, nonché territorio di riflessione, pluralità di pensiero, spazio d'interazione, condivisione di sentimenti, gesti, emozioni e processi di pensiero, intorno all'uomo e al suo essere. Riflettere il nostro rapporto con il cibo attraverso i suoi svariati aspetti: reazioni estetiche, emotive, relazione comunicativa, coinvolgendo territori, sapori, tradizioni, consuetudini e dissuetudini, con l'intento di generare una stimolante provocazione intellettuale che spinga il fruitore verso logiche alternative.
Il diverso punto di vista sulle cose c'induce a riflettere e allora… idea e metodologia progettuale, tramite le quali osservare, analizzare e comunicare da diverse prospettive il rapporto tra "cibo e corpo". Attraverso i sensi, s'intrecciano tra loro sapori, colori, profumi, forme e rumori, mettendone a fuoco aspetti che nel frenetico tran tran quotidiano spesso ci sfuggono.
Su questi concetti di fondo gli allievi dell'Accademia di Belle Arti di Roma si sono impegnati e messi in gioco con vitalità e grande inventiva, esprimendosi con un linguaggio attuale, fatto di sovrapposizioni visive, sonore e tattili, degne di chi ha scoperto nell'arte e nella libera espressione la possibilità di comunicare con onestà e sincerità intellettuale, tramite la pluralità dei linguaggi visivi, veicolando fortemente il concetto di multisensorialità.

"Ma nell'Arte come nel Cibo, è il pensare e il fare, che attraverso la mano dell'uomo fa la differenza."

Questa collaborazione, tra l'Accademia e la Biennale d'Arte Contemporanea di Anzio e Nettuno, ha rappresentato un'ottima occasione per sostenere i giovani studenti nel confronto concreto con una realtà sempre più complessa ma estremamente creativa, dando loro la possibilità di realizzare ed esporre le opere create appositamente per questa quinta edizione dedicata alla tematica del Cibo, puntando l'attenzione sull'alimentazione e la fantasia, in armonia con il pensiero ottocentesco di Feuerbach "l'uomo è ciò che mangia".
Un viaggio, quello tra "Arte e Cibo", frutto di molteplici aspetti che vanno dalla storia, alla varietà d'influenze culturali, alle esperienze plurisensoriali, amalgamando e insaporendo tra loro elementi e materie prime, quali le tecniche, le tecnologie, il colore e la forma, in continua evoluzione e metamorfosi.
Nello svolgersi del viaggio abbiamo vissuto affascinanti incontri tra terra e mare, luce e ombra nella loro armoniosa e osmotica coesione, nello spazio intercorso tra le fasi di nascita, sviluppo ed evoluzione della vita che hanno caratterizzato l'identità di ciascuno di noi.
Il cibo come l'arte ha cambiato il mondo, mettendo in relazione generazioni diverse, in quell'indissolubile viaggio tra saperi e sapori, diversità e culture, territori e tradizioni, che costituiscono da sempre un patrimonio dell'umanità… Ma nell'Arte come nel Cibo, è il pensare e il fare, che attraverso la mano dell'uomo fa la differenza.

Enrico Pusceddu

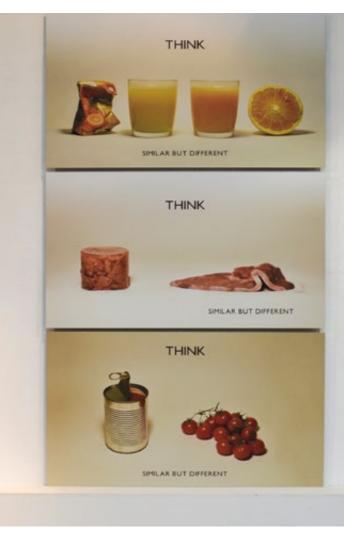
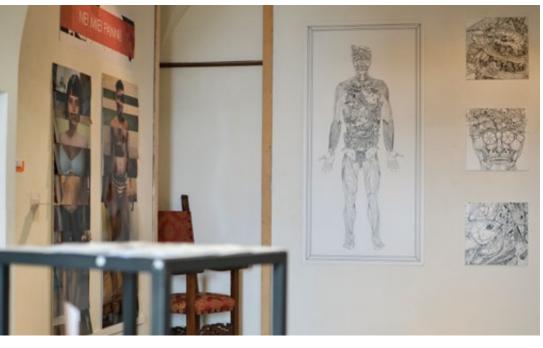
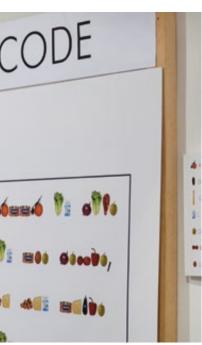
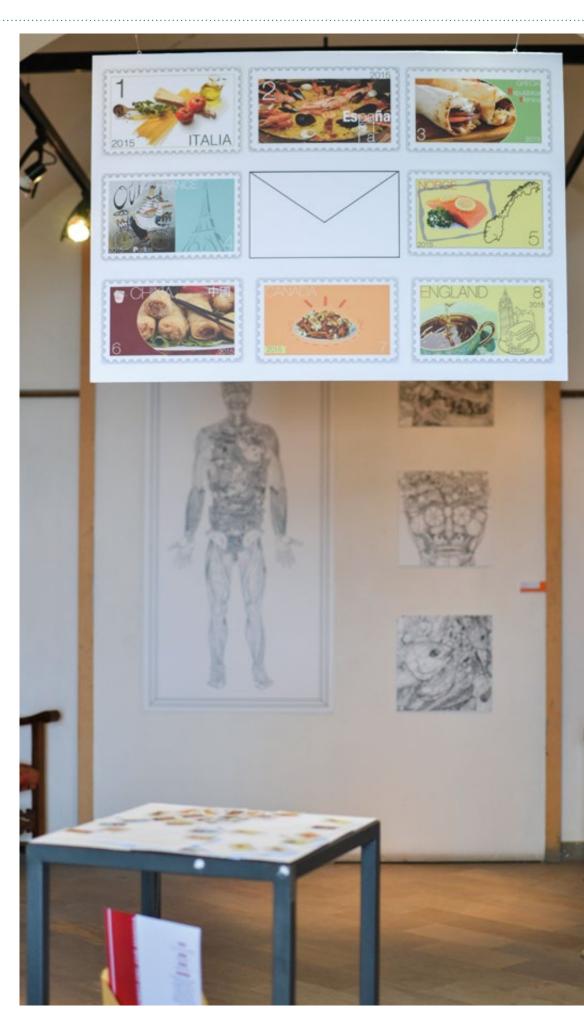
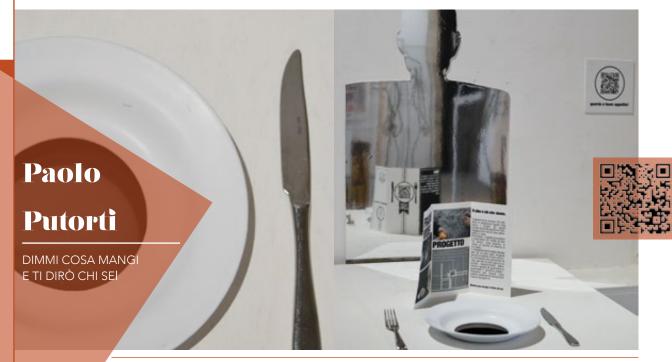
THINK
SIMILAR BUT DIFFERENT
THINK
SIMILAR BUT DIFFERENT
THINK
SIMILAR BUT DIFFERENT

NEI MIEI PANNI

FOOD

CODE

Paolo Putortì

DIMMI COSA MANGI
E TI DIRÒ CHI SEI

L'opera ha lo scopo di mettere in relazione quelli che sono i luoghi e gli spazi dove le persone interagiscono tra loro attraverso il cibo. Che sia andare a prendere un caffè al bar tra amici, un pranzo a casa, un picnic in mezzo a un prato. L' installazione è stata ideata per far sì che ogni singola persona abbia il suo piccolo momento e/o porzione di vita dove ognuno si possa rispecchiare attraverso il gesto di guardarsi e guardare il "proprio piatto", ritrovarsi per capire cosa siamo realmente attraverso cosa mangiamo.

Silvia Valente Federica Valenzisi

LIMITE INVALICABILE

Con *Limite Invalicabile* abbiamo voluto esprimere concettualmente l'impossibilità , per alcuni, di mangiare cibi contenenti glutine. Il progetto è composto da un piatto di ceramica sul quale sono stampate le parole chiave della celiachia inserite in una tag cloud in scala di grigio.
Metaforicamente gli spaghetti, sono rappresentati con del fil di ferro spinato rimarcando la problematica della patogenesi.

Simone Cera

SIMILAR BUT DIFFERENT

Questo progetto nasce da un'attenta riflessione sulle abitudini alimentari, spesso sbagliate, a causa di uno stile di vita caotico o sedentario, che vede coinvolgere il consumo di cibi preconfezionati a preferenza di quelli genuini. Con questa contrapposizione fotografica ho cercato di mettere in discussione i cibi che vengono fatti passare per buoni, ed ho rilevato che quelli genuini si distinguono per sembianze e valori nutrizionali. Per quanto i prodotti possano sembrare simili, rimarranno sempre differenti. In questo confronto, tra il buono e il cattivo, la frase tradotta "Pensa - Simili ma differenti" evidenzia nuovamente il concept che sta alla base di quest'atto di comunicazione.

Victor Giuliani

SOCIAL FOOD

Chiamata anche *prima colazione*, è il primo pasto della giornata. La prima assunzione di cibo è molto importante, perché l'organismo si risveglia mediamente da circa 10 ore di digiuno ed ha bisogno di energia di rapida utilizzazione per affrontare una nuova giornata. È quindi importante che sia bilanciata e che apporti il giusto quantitativo di calorie. Questo mosaico fotografico, vuole far interagire l'osservatore direttamente con l'opera sotto forma di gioco, facendo prendere visione delle abitudini alimentari, e in particolar modo soffermandosi ad indagare il rituale della colazione che caratterizza l'inizio della giornata.

Mara Cimmino

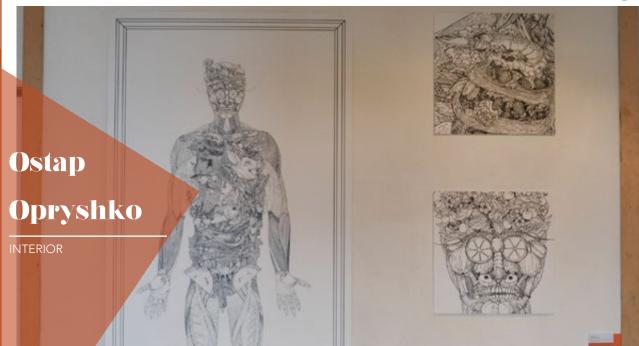
MANGIO: SONO

Questo progetto pone l'accento sullo stretto rapporto di interdipendenza tra le abitudini alimentari dell'uomo e il suo essere. Cibi e bevande che assumiamo ogni giorno, oltre ad essere il vero carburante di quello che costituisce lo sviluppo e la propulsione di quella macchina che si chiama corpo umano, influenzano fortemente il modo in cui siamo visti dall'esterno. Per rafforzare questo concetto e rendere trasparente e visibile ciò che nella realtà non è, ho scelto di utilizzare dei tubi di plexiglass di diverse dimensioni per simboleggiare il *diverso cibo che crea diverso corpo*. L'installazione rappresenta quindi la corrispondenza tra essere e mangiare.

Mara Chisu
Barbara Limongi

NEI MIEI PANNI

L'opera è un collage di foto che raffigurano parti del corpo di persone diverse, ognuna con pesi e storie differenti. Il prototipo è stato realizzato a grandezza naturale sia per l'uomo che per la donna, affinché ogni utente possa riconoscersi e interagire con l'opera. Essa infatti è formata da strisce mobili al di sotto delle quali è possibile trovare una descrizione della persona e dell'alimento che la caratterizza. L'idea di questo lavoro nasce dal continuo confronto con le persone, che molto spesso esprimono giudizi senza conoscere la storia e i "mostri" che ognuno di noi affronta con fatica tutti i giorni, senza sapere cosa si nasconde dietro quel fisico, a volte tanto odiato.

Ostap Opryshko

INTERIOR

Interior si sviluppa sull'importanza del cibo per il nostro organismo. Prendendo in considerazione il fatto che quello che noi ingeriamo va a sostituire le cellule che, attraverso un naturale processo, vengono scartate dal nostro organismo. Quindi l'essenza del progetto è: "Noi siamo quel che mangiamo". Per rappresentarlo ho usato un collage di alimenti che fanno parte della dieta di un uomo medio europeo, in tutta la sua varietà.

Vinci Monica
Giuseppe Gagliardi
Cristina Moffa

FOOD CODE

Il progetto *Food Code* consiste nella creazione di una abbecedario dove gli alimenti sostituiscono le lettere. L'idea nasce da una riflessione riguardante la graduale perdita di concentrazione e osservazione da parte dell'uomo moderno, preso dalla freneticità della vita quotidiana. Dunque lo scopo è stimolare la curiosità dei visitatori inducendoli a ragionare di fronte all'aforisma che, con l'aiuto di una leggenda, li porterà alla traduzione di esso. Guardando e traducendo l'aforisma, l'osservatore inconsciamente rifletterà sul valore del cibo e sull'importanza del mangiare sano.

Carlo Pio Guerra

MANGIAMO
QUELLO CHE SIAMO

Una semplice provocazione, un'invito a mangiare l'articolo primo della Costituzione, a mangiare i principi dimenticati troppo spesso della nostra bella Italia, a ricordare, in qualche modo, che se pur nascendo e provenendo da eredità di predatori, abbiamo scelto di vivere in una cosiddetta società uguale per tutti. Tutto in un distributore freddo e meccanico, la Costituzione stampata su una carta rosa, infantile e al gusto di fragola, come se tutto questo fosse un gioco. Gli spettatori sono invitati ad assaggiare la carta strappandola con le proprie mani. L'atto è esplicativo di ciò che volenti o nolenti, coscenti o incoscenti, facciamo ogni giorno: calpestare noi stessi, mangiare ciò che siamo.

Karin Latino

Alessio Corcio

E TU CHE
CIBO SEI?

L'opera è stata sviluppata partendo dal concetto "L'uomo è ciò che mangia". Evolvendolo, abbiamo individuato due categorie di persone diverse per stile di vita e per modo di fare, ma soprattutto per quello che mangiano e per come lo mangiano. E quindi: *tu che cibo sei*?

Morena Foglia

L' UOMO?
È CIO CHE MANGIA

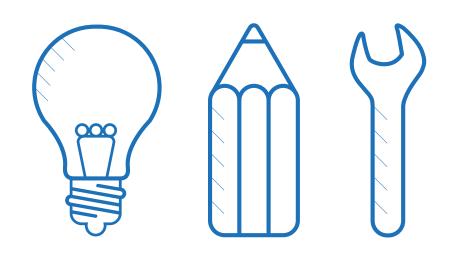
L'opera è una collezione di nove francobolli 70x100 cm stampati su forex, rappresentanti i piatti tipici di vari Stati. In un viaggio che coinvolge non solo luoghi ma anche sapori, origini e tradizioni per valorizzare la gastronomia multietnica. I francobolli sono stati pensati come gadget, adesivi stampati in serie e posti all'interno di un contenitore, in modo da permettere ai fruitori dell'opera di portare con se un ricordo dell'evento.

Gioele Viterbo

COME MANGI/SEI?

I nuovi stili di vita riguardo l'alimentazione, caratterizzati da mode, condizionamenti e diete fai da te, fanno si che molte persone impostino la propria dieta in base alla moda del momento. Questo non sempre avviene in maniera consapevole, infatti seguendo regimi alimentari non corretti, in molti casi si verificano squilibri alimentari con gravi conseguenze per l'organismo.

ROLAND EXPERIENCE DAY

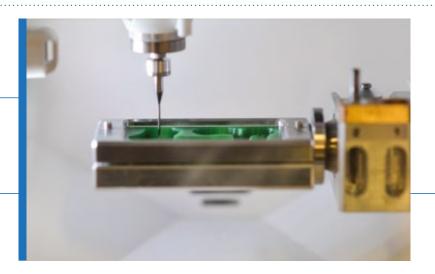
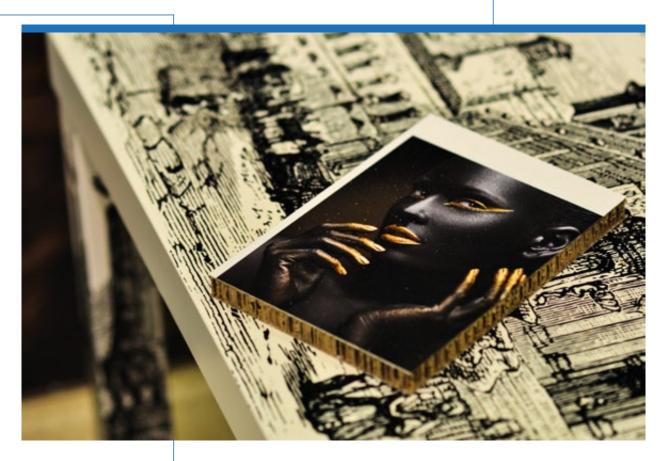
ILLUSTRAZIONI SIMONE CERA

TECNOLOGIA

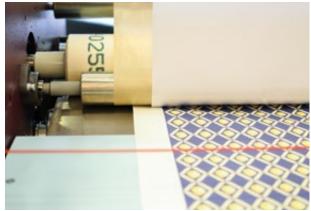
CREATIVITÀ

ESPERIENZA

ARTIGIANATO

Roland Experience Day rappresenta un importante punto di incontro tra gli operatori della comunicazione visiva e le ultime periferiche di stampa firmate Roland. L'ultima edizione di questo evento si è tenuta a Pomezia, ed ha visto coinvolti gli studenti del corso triennale di Grafica Editoriale e del Biennio Specialistico di Grafica e Fotografia, dell'Accademia di Belle Arti di Roma, in un viaggio tra i materiali e le infinite possibilità di stampa. Stampanti 3D, sublimatiche, modellatrici, UV, insieme ai plotter da stampa e taglio, sono soltanto alcune delle periferiche messe a disposizione dagli artigiani tecnologici, ai visitatori intenzionati a dare forma alle proprie idee, in alcuni casi trasformate in progetti imprenditoriali indipendenti. Chi sono gli artigiani tecnologici? Professionisti che uniscono la manualità artigiana alle tecnologie di stampa Roland. Una stampa non limitata ad un semplice impiego bidimensionale, ma destinata all'applicazione sui più svariati supporti, determinando un fiero ritorno alla fisicità: aspetto paradossale in questa epoca di costante e progressiva digitalizzazione. È chiaro che in questa evoluzione le parole assumono sempre nuovi significati, dall'artigiano all'artigiano tecnologico, dalla cartellonistica pubblicitaria al Wrap Advertising. Il concetto è lo stesso ma cambiano le possibilità. Ieri il manifesto pubblicitario era associato alla consueta cartellonistica, oggi lo stesso messaggio può ricoprire una intera automobile, non più con della carta e della colla, bensì con della pellicola ed una pistola termica. In questo importante passaggio storico, gli operatori della comunicazione visiva - da sempre legati alla tecnologia - devono innovarsi, adottando periferiche versatili a sostegno delle loro idee e Roland rappresenta in pieno questa politica. Con una buona idea ed i giusti strumenti, ognuno può diventare imprenditore di sé stesso; un esempio pratico? Lo vedremo nelle pagine che seguono.

FASHION 3.0

Quest'ultima edizione del Roland Experience Day è stata un punto di incontro per esperienza, creatività ed artigianato, un chiaro esempio di "macchina al servizio dell'uomo", ben lontano dal discadimento della qualità spesso causato dalla forte industrializzazione, ma volto ad una riqualificazione dell'artigianato e del lavoro manuale. Ma quel che è certo, è che un importante obiettivo è stato raggiunto: si è data la possibilità agli studenti dell'Accademia di veder realizzata una propria idea e di poter contribuire alle varie fasi progettuali. E così le studentesse Mara Cimmino e Giulia Guglielminotti hanno potuto seguire e partecipare alle varie fasi di realizzazione del loro progetto, fino a toccare con mano il prodotto finale. L'indagine si è subito soffermata sul tema dell'alimentazione, così centrale nell'ultima edizione dell'Expo di Milano. Ed ecco che in tema di cibo le due studentesse hanno proposto la realizzazione di un tessuto il cui pattern "di pasta" era un chiaro riferimento all'italianità e a quel piatto semplice e veloce che non può mai mancare nella dieta degli Italiani. Pasta come simbolo di una nazione ma anche come segno di condivisione: la pasta ormai capeggia su ogni tavola, italiana o straniera che sia. Dopo varie proposte, e dopo aver scelto il pattern più adatto per il progetto, si è passati alla produzione della stoffa tramite la stampa a sublimazione, un innovativo e veloce metodo di stampa che permette di utilizzare un fenomeno fisico che prevede il passaggio di stato da liquido a gassoso del getto d'inchiostro mediante il calore.
Questa metodologia è adatta principalmente a tessuti sintetici come ad esempio il poliestere, stoffa molto leggera, altamente traspirante, che non assorbe e asciuga rapidamente. Si tratta di una tecnica davvero innovativa, il colore non rimane in

superficie, ma penetra in modo profondo nelle fibre del tessuto, e grazie a ciò, si fissa ad esso in modo permanente. I tessuti impressi per sublimazione non temono né il sole né l'acqua, quindi possono essere tranquillamente lavati, anche ad alte temperature, ed utilizzati per esterni poiché resistono alle intemperie. L'immagine appare molto precisa e dettagliata, quasi fotografica, e ciò è reso possibile anche grazie alle tonalità molto brillanti e definite che vengono realizzate con questo speciale procedimento. Una volta stampato il tessuto, la stoffa è passata tra le sapienti mani della sarta Antonella Fusco, la quale, in pochissimo tempo, ha realizzato il prodotto finale: un abito ispirato alla famosissima forma della pasta "farfalla", stretto in vita e più ampio alle estremità, leggero e soffice, dai colori brillanti e dalla trama dettagliata. Fashion e Graphic design si sono incontrati per dare vita ad un progetto ambizioso, volto alla sperimentazione e all'innovazione. Ed è proprio quando due realtà apparentemente differenti si contaminano e compenetrano che nuove idee e nuovi punti di vista vengono affrontati e proposti. La moda è stata intesa come forma espressiva di una nazione, di una tradizione, di un segno grafico che stampato su stoffa è riuscito ad esprimersi al meglio, giocando con i colori, con la ripetizione e con le forme geometriche. È stato realizzato un pattern inerente alla moda sì, ma anche a qualsiasi altro tipo di ambito: l'arredamento, il packaging e l'editoria sono solo alcuni dei generi che possono comunicare in piena armonia con il fashion design. La creatività non deve essere chiusa in compartimenti stagni ma dialogare con le varie forme espressive: essere un graphic designer non vieta di lavorare e avvicinarsi ad altre discipline simili o affini, e molto spesso, chi nutre passioni per diversi ambiti, o è semplicemente molto curioso, è in grado di raggiungere livelli di sperimentazione assai più elevati. L'esperienza del workshop ha permesso a studenti e professionisti della comunicazione visiva, di vedere in un solo giorno come le idee possono essere facilmente realizzate tramite l'uso della giusta tecnologia. La professionalità della Roland e la creatività dei giovani studenti dell'Accademia di Roma hanno reso possibile la realizzazione di un prodotto innovativo e di altissimo livello.

a cura di Simone Cera

con: Mara Cimmino, Giulia Guglielminotti

FOTOGRAFIE SIMONE CERA

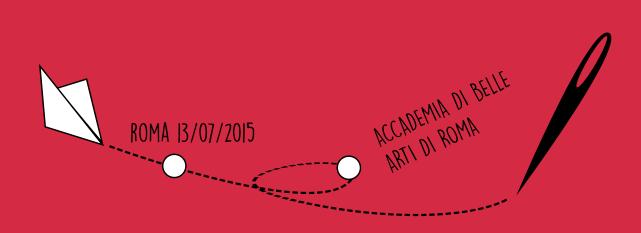
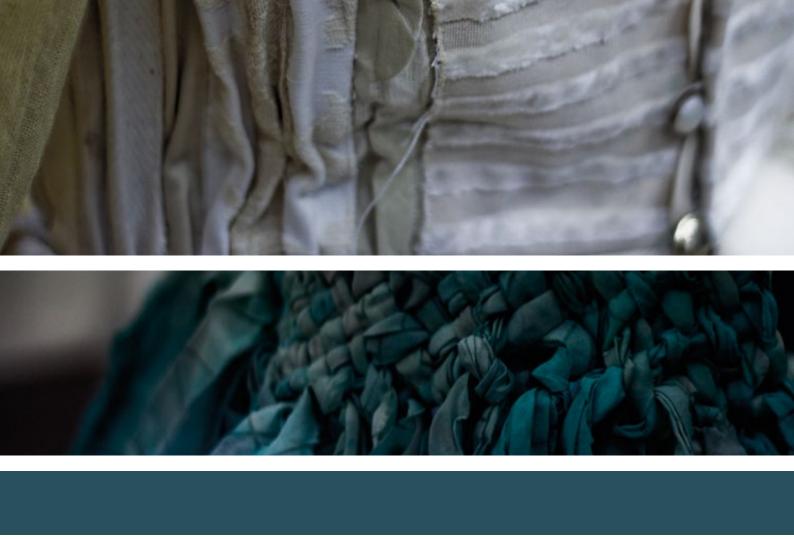
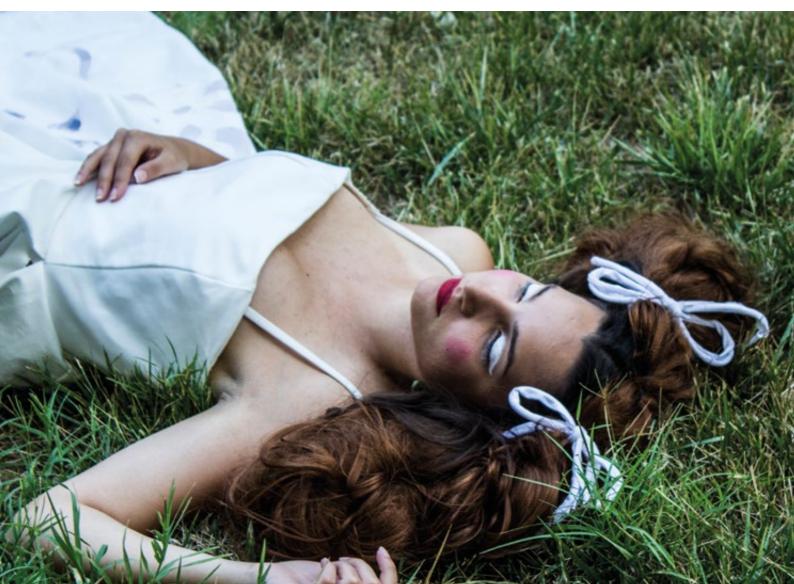
Alta Roma

a cura di Alessandra Cigala

Lunedì 13 luglio 2015, nella sede di via Ripetta dell'Accademia di Belle Arti, in Piazza Ferro di Cavallo, si è tenuto un evento nell'ambito delle manifestazioni di AltaRoma. Gli studenti dei corsi di Fashion Design e di Costume per lo Spettacolo hanno presentato i loro progetti finali in una serie di spettacolari installazioni e coreografie site specific, convolgendo ed emozionando spettatori e passanti. Questi i progetti presentati: *Uniform?* a cura di Alberto Moretti, era impostato sulla rivisitazione della camicia militare tedesca, per rivoluzionarne forma e significato, a rappresentare uniformità, ripetitività, codificazione, forza, rispetto. Nell'Aula Magna si entrava in un ambiente di forte impatto evocativo: su un tappeto sonoro di marce militari tedesche, era schierato un gruppo di ragazze immobili, in piedi, gli occhi bendati da un nastro rosso come le calze, chiara allusione alle esecuzioni, il corpo vestito dalle multiformi versioni che avevano dato alla camicia militare tedesca. Piazza Ferro di Cavallo e le sue aiuole, erano abitate da presenze lievi e inquietanti, le bambole bianche di *White Dolls*, altro progetto a cura di Alberto Moretti, ispirato da queste parole di Derek Jarman: "Non so dire che cosa trovavo così seducente in queste ragazze dagli abiti bianchi nei parchi, sui pontili, sul lungomare, o a sguazzare nell'acqua con le sottane rimboccate come nei quadri di Wilson Steer". Bambole bianche immobili come congelate in un tableau vivant, innocenti, nostalgiche, tenere, smarrite, inquietanti, rimpiante, sognate, fragili. Nei laboratori di scultura del cortile interno, tra gessi, treppiedi, cavalletti, creta e candele, venticinque ragazze in posture coreografiche indossavano le proprie personalissime riletture della t-shirt, cui avevano dato nuove forme, per il progetto *T-Shirt New Shape*, a cura di Sara Chiarugi. In un altro angolo della piazza, più appartato, su un tappeto di coloratissime stoffe wax africane stese sull'erba di un'aiuola, un gruppo di modelle dava vita alla reinterpretazione dei tessuti africani con fogge occidentali, realizzata dagli studenti di Paola Lo Sciuto, in *Pelle d'Africa*, un progetto solidale in collaborazione con l'associazione Africizia, a sostegno del lavoro delle donne congolesi. Sempre a cura di Paola Lo Sciuto, in un'aula interna, erano esposti due costumi per *Il viaggio dell'eroe*, ispirati a personaggi archetipici della narrazione. Nella maestosa e imponenete aula Colleoni, tra le sue grandi sculture in gesso, ha preso vita *Bustier. Dialogo tra arte e moda*, a cura di Graziella Pera, un progetto dedicato all'influenza che corsetti e bustier hanno esercitato nella moda. Nel vestibolo che la precedeva era possibile infine guardare alla rivisitazione in chiave moderna dell'antico abito etrusco, offerta dal progetto "Etruschi. Dialogo tra antico e moderno", a cura di Graziella Pera, Paola Lo Sciuto, Gianluigi Cappelletti e Silvia Casto. Abbiamo chiesto ad Alberto Moretti di illustrarci i due progetti cui i suoi studenti hanno dato vita: "Con gli studenti del secondo anno del corso di Fashion Design è stato realizzato il progetto *White Dolls*, mentre il progetto *Uniform?* è stato elaborato con il gruppo dei ragazzi del primo anno che segue il mio corso. Il mio metodo consiste nel farli lavorare di settimana in settimana, per creare delle micro collezioni su temi assegnati loro proprio per abituarli a far lavorare la testa, per aiutarli a capire qual è il loro percorso creativo ogni volta che devono creare qualcosa, per prendere confidenza, scioltezza, perché poi il mondo del lavoro ci richiede proprio questo. Far uscire alla fine, in sfilata, 45 modelli presuppone una progettazione su 600/800 figurini, fra i quali si scelgono gli elementi più giusti, le cose migliori. Per tutta la durata del corso lavorano in questo modo, poi l'ultima parte dell'anno si impegnano sul progetto finale.

Per il progetto *Uniform?* siamo partiti dalla camicia militare tedesca: hanno prima analizzato la camicia, per cercare di capire quali erano i suoi significati, che sensazione dava loro. Sono emerse quindi percezioni di ordine, di ripetitività, di uguaglianza, non in senso positivo però, ma intesa come una forma di livellamento totale, ne è uscita anche un'impressione di qualcosa di molto maschile, un senso di protezione... e via dicendo. Sono scaturiti moltissimi significati che i ragazzi attribuivano a questa camicia. Il progetto consisteva nel tentativo di ribaltare il significato della camicia militare e cercarne di nuovi, creando, attraverso la camicia militare, un qualcosa che avesse un senso molto differente dall'originale. Quindi smontandola, tagliuzzandola, riempiendola, ognuno l'ha ricostruita assegnandole contenuti diversi. Ogni studente ha avuto libertà di movimento, seguendo le proprie inclinazioni, ma quasi tutti hanno voluto lasciare in parte evidente lo scheletro della camicia per far capire da cosa erano partiti. In alcuni casi è divenuta parte dell'abito, in altri si è ridotta a un brandello o a una toppa, in altri ancora ha assunto una sua centralità, insomma ognuno ha lavorato seguendo il proprio sentire. Per il progetto *White Dolls*, che ha coinvolto gli studenti del secondo anno, abbiamo affrontato il tema delle lavorazioni del tessuto, per cominciare a capire cos'è il tessuto, un materiale che non deve rimanere per forza liscio, piatto. Abbiamo allora cercato di dargli un movimento e di creare degli effetti di luce, di ombra, provando in qualche maniera a fargli prendere vita. Quindi le lezioni iniziali sono state impostate unicamente sulla lavorazione del tessuto: io spiegavo, facevo vedere degli esempi, mostravo come fare, pur non essendo un tecnico di laboratorio, perciò non particolarmente abile. Ma quello che conta per noi è sempre la testa, più che la manualità (del resto ci sono aziende specializzate in questi trattamenti), perché l'importante è riuscire a pensare delle cose. Dopo esserci impegnati in questa prima fase, siamo passati al progetto di fine anno. Gli studenti non sapevano che tutto il lavoro affrontato nella prima parte avesse una finalità. Nel progetto, impostato sul tema delle bambole, volevo che fossero visibili queste lavorazioni. Si spiega così la scelta del bianco: è il colore che evidenzia di più le varie manipolazioni sul tessuto, con gli altri colori invece queste un po' si perdono, il nero assorbe tutto, sembra che non si sia fatto nulla. Ogni studente doveva pensare a una sua idea di bambola: ne sono uscite di tutti i tipi, antiche, un po' futuristiche, addirittura bambole gonfiabili. Sono stati utilizzati anche tessuti tecnici. L'aspetto interessante di questo procedimento sta nel potersi sempre misurare con quella che è la progettazione pratica. Nel senso che quella che io chiamo progettazione teorica riguarda il disegno, il figurino, tutto il pensiero che c'è dietro la collezione, ma poi nella messa in pratica qualcosa cambia sempre e devi essere pronto a saperla affrontare, motivo per cui alcuni progetti sono cambiati, anche totalmente, da come erano nati, spesso sono mutati in corso d'opera, perché gli studenti vedevano che quello che avevano pensato non li soddisfaceva per quanto riguardava la resa del tessuto."

"NON SO DIRE CHE COSA TROVAVO COSÌ SEDUCENTE IN QUESTE RAGAZZE DAGLI ABITI BIANCHI NEI PARCHI, SUI PONTILI, SUL LUNGOMARE, O A SGUAZZARE NELL'ACQUA CON LE SOTTANE RIMBOCCATE COME NEI QUADRI DI WILSON STERR".

Alta
Roma
13/07/2015

Il senso della ricerca sta nel cammino fatto
e non nella meta; il fine del viaggiare è il
viaggiare stesso e non l'arrivare.

Tiziano Terzani

SEGNALAZIONI

ILLUSTRAZIONE JESSICA GRANDOLA

EXPO 2015 DI MILANO

(Un viaggio attraverso le culture del cibo)

di Alessandra Cigala

A Expo ormai terminato, al di là delle polemiche, dei trionfalismi e del legittimo tentativo di tracciare un bilancio critico sull'effettiva qualità della risposta data al tema così centrale e urgente di "Nutrire il Pianeta", proviamo a ripercorrere a ritroso le tappe più stimolanti di un viaggio intorno al cibo che ha attraversato le culture del mondo.

FOTOGRAFIA SARA BOCCARDI

Perché in questo gigantesco parco a tema, fedele al modello forse obsoleto e un po' kitsch delle Grandi Esposizioni Universali, era anche possibile individuare un percorso che, snodandosi tra ambienti immersivi e ardite visioni architettoniche, non avrebbe sfigurato alla Biennale di Venezia. Molteplici le lenti attraverso cui guardarlo.
Privilegiando le architetture, impossibile non menzionare le mura ondulate di sabbia increspata dal vento pensate da Norman Foster per il Padiglione degli Emirati Arabi Uniti; le vele leggere del Padiglione del Kuwait di Italo Rota, ispirate a quelle delle imbarcazioni tradizionali ancora in uso nel paese per commerciare nel Golfo Persico; le tre strutture leggere e modulari di Herzog & De Meuron che, in sintonia con il pensiero di Slow Food, richiamavano le antiche cascine lombarde; il taglio netto nell'acciaio che introduceva nel cuore del Padiglione Vaticano; il Padiglione Zero, di Michele De Lucchi, compatto come la crosta terrestre.
Se il viaggio diventava poi occasione per immergersi in ambienti polisensoriali, come non ricordare lo spettacolare alveare in alluminio del Regno Unito, ricreato dall'artista Wolfgang Buttress? La musica che vi aleggiava era stata composta dai Sigur Rós campionando il ronzio delle api, mentre la luce tremolante di tante lampadine ricreava i movimenti delle api di un vero alveare. Una pausa ristoratrice arrivava dall'ambiente boschivo ricreato nel Padiglione austriaco con *brEATh*. Il mutare della temperatura e degli odori nel Padiglione del Marocco trasportava i visitatori nelle diverse zone del paese. In altre nazioni, come Cina, Giappone e Corea del Sud, il viaggio attraverso i sensi incrociava la tecnologia, dando vita a installazioni ambientali di grande suggestione.
Infine, una menzione speciale per il Padiglione che più di ogni altro ha centrato il senso dell'evento, quello della Svizzera. Con *Ce n'è per tutti?* si è costruita una vera opera d'arte concettuale: quattro grandi torri-silos in vetro a tre piani contenevano razioni di quattro alimenti simbolo del paese – acqua, mele, sale e caffè – a disposizione dei visitatori, ma, una volta terminati, questi non sarebbero stati rimpiazzati e le torri svuotate si sarebbero rese impraticabili. Una bella metafora sui consumi irresponsabili e un monito per tutti.

ILLUSTRAZIONE GIULIA BELCASTRO

FABLAB

(MAKING ALMOST EVERYTHING)

di Giulia Bernardini, Alessio Camponeschi,
Elisabetta Matonti

Il primo Fablab "fabrication laboratory" è nato in America nel 2001 grazie a Neil Gershenfeld, per poi estendersi in tutto il mondo. Tecnicamente si tratta di laboratori di fabbricazione, dove le persone condividono e mettono in pratica il loro sapere, realizzando le proprie idee e magari qualche piccolo sogno.

FOTOGRAFIA ELISABETTA MATONTI

Al *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) di Boston, viene fondato nel 2001 il *MIT's Center for Bits and Atoms* (CBA), per consentire agli studenti di ingegneria e informatica di creare piccoli prototipi di prodotti elettronici semplici.

L'apertura del CBA ha permesso a chi aveva una base di informatica e di programmazione, di mettere in pratica ciò che sapevano in teoria. La mancanza di un luogo dove le persone si potessero incontrare per portare avanti dei progetti pratici era forte, e quindi da Boston l'idea si è diffusa a macchia d'olio prendendo il nome di FabLab. L'adesione al FabLab è molto semplice. Una volta sottoscritti alla Fab Chart, si può liberamente utilizzarne il nome; inoltre la rete è in continua espansione. Attualmente si contano a livello mondiale più di 500 Laboratori, di cui 3 a Roma, in espansione verso Frosinone e Latina. I vari laboratori dialogano e collaborano tra di loro. Un esempio di collaborazione è il progetto per la creazione di un FabLab galleggiante in Amazzonia, finanziato da un'azienda petrolifera, al quale stanno lavorando 15 laboratori. I FabLab rappresentano qualcosa di più della semplice officina, qualcosa che in Italia mancava: un punto comune dove ritrovarsi e scambiare opinioni o dove poter collaborare e creare progetti originali. Al loro interno troviamo un ambiente familiare ma soprattutto accessibile a tutti.

"La gente viene qua e si rianima!" ci dice Stefano Varano, co-founder e lab manager del FabLab in zona Garbatella, Roma. I punti di forza di questi laboratori sono la grande accessibilità e l'animato scambio di opinioni e idee tra i professionisti del settore e i makers. Il termine maker non è un'etichetta, è un atteggiamento verso un problema, e la sua forza è il poter utilizzare diverse tecniche manuali e digitali, per costruire qualcosa. "Maker" non è un titolo, lo può essere chiunque a qualsiasi età, non importa il livello di preparazione, si diventa esperti sul campo. Si può lavorare in gruppo come da soli, l'importante è lavorare per ampliare le proprie conoscenze, divertirsi e condividere. Per ogni maker c'è una strada personalizzata, in modo che gli esperti possano tranquillamente lavorare da soli, mentre i neofiti inizino con le dovute basi e con l'affiancamento di un professionista. La cosa fondamentale è avere un'idea da portare a termine con un progetto concreto. Si può creare qualsiasi tipo di prodotto liberamente, l'importante è dichiarare dall'inizio se sarà open source, chiuso o commerciale. Gli unici limiti sono quelli inerenti a macchinari e materiale. L'*open source* è il comun denominatore dei FabLab, è la filosofia secondo la quale, il creatore di un prodotto, condivide

FOTOGRAFIE SIMONE CERA // ELISABETTA MATONTI

con gli utenti il metodo di creazione. Nel caso del FabLab, la condivisione non riguarda solo il metodo di produzione, ma anche degli spazi e delle macchine. Parlando invece di differenze, l'idea del FabLab americano, differisce per alcuni aspetti da quella italiana. In America come anche all'estero, ci si procura i finanziamenti, l'occorrente e si porta avanti il proprio progetto. In Italia invece il discorso cambia, in quanto ottenere finanziamenti è piu difficile: l'ente deve essere certo del suo investimento e sapere come viene utilizzato, un modo totalmente differente di dialogare con il territorio. Inoltre l'idea prettamente tecnologica del FabLab nata in America, cambia in quella italiana, dove troviamo un approccio molto piu artigianale e manuale. Difatti se nella prima troviamo più un concetto di laboratorio come computer-macchinario, in Italia non si può precludere il lavoro artigianale e di conseguenza, non si può non sfruttare. Includere gli artigiani nei FabLab significa integrare i due mondi, semplificando determinate azioni manuali con le macchine. Proprio per questo, insieme al CNA e l'assessorato di Roma Produttiva, si sta cercando di apportare delle modifiche alla legge per la quale, un artigiano di un settore non può lavorare nella stessa sede legale con un artigiano di un altro settore. In questo modo l'artigiano, già tesserato, potrà registrare il FabLab come sua sede legale. Negli ultimi anni la formazione scolastica italiana, ha perso però la parte "pratica" ed artigianale. "Gli studenti non fanno più pratica" è quello che ha riferito il Preside della Facoltà di Ingegneria de La Sapienza a Stefano Varano. I FabLab danno la possibilità agli studenti di mettere in pratica la loro teoria e di concretizzare il loro sapere. Si sta cercando quindi di creare una rete tra il mondo della ricerca, quello della scuola ed i FabLab. FabLab RomaMakers si è adoperato fin dal primo anno su questa tematica, ponendosi tra i primi obiettivi quello di offrire una formazione sulle tecnologie

e sulle macchine, a scuole e professori, avviando il dialogo con le amministraazioni e le aziende sul territorio. Inoltre per quanto riguarda l'installazione vera e propria dei laboratori scolastici, stanno portando avanti tre progetti pilota in tre scuole medie e recentemente, in quattro licei di Ostia. Questi futuri laboratori saranno disponibili la mattina per le attività scolastiche, ed il resto della giornata per esterni ed interni alla scuola. Ma oltre al ruolo formativo ed educativo, come ogni FabLab, anche quello romano rappresenta per le aziende un luogo di divulgazione. Parlando infatti di un luogo condiviso, il FabLab mette a disposizione tutta la strumentazione e le macchine necessarie, ponendosi come intermediario tra l'azienda produttrice ed il suo fruitore (i makers), aumentando da una parte, le possibilità di vendita dell'azienda e dall'altra evitando al maker una eventuale spesa futile, nel caso in cui la macchina non soddisfi le sue esigenze. Il FabLab RomaMakers, nato dalla strada (per i primi due anni era solo un gruppo di persone senza una sede), già dal primo anno contava all'incirca centocinquanta tesserati, ed ora ne conta più o meno duecentocinquanta. A questo c'è da aggiungere la frequenza di cinquemila persone circa (sia fisica che "virtuale"). Ha raggiunto quindi una buona notorietà, ed una notevole espansione, nonostante gli iniziali dubbi sulla sua funzione e sulle sue meccaniche. Il target iniziale difatti non era molto alto, ed i fondatori del FabLab romano hanno dovuto inizialmente confrontarsi con una mentalità chiusa sulle proprie convinzioni e conoscenze, cercando di portare invece un atteggiamento aperto alle diverse metodologie di approccio e di lavoro. Questo a favorire il confronto e il dialogo tra le diverse professioni che troviamo all'interno di questo FabLab. Difatti ognuno dei maker, ha influito sfruttando la propria professione e le proprie passioni. Nello stesso FabLab romano sono nati progetti e prodotti grazie ai vari interessi dei membri: la musica, la moda e il ludico incontrano la tecnologia, l'elettronica e il supporto dei professionisti, creando qualcosa di diverso ed innovativo. Queste conoscenze ed esperienze non rimangono nel FabLab romano, ma vengono messe a disposizione a chiunque voglia aprirne uno, equipaggiandolo di tutto il necessario per avviare questa attività, favorendo sempre di più lo sviluppo di questi laboratori e delle loro iniziative, in tutta Italia.

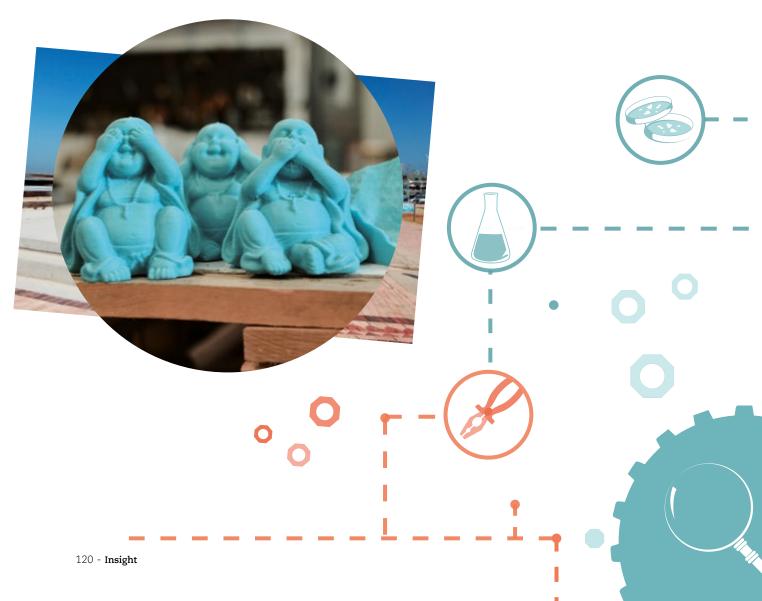
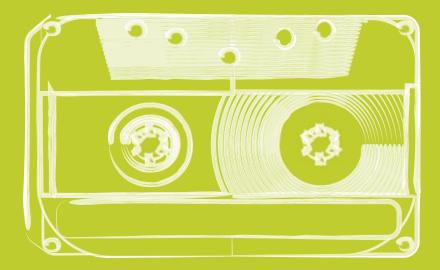
BIOLAB

Abbiamo parlato di "bits" ed è il momento di parlare di "atoms". Nel FabLab in via Magnaghi a Roma, si trova infatti il primo BioLab di tutta italia. In questo piccolo laboratorio vengono prodotti e curati dei batteri che producono pigmenti o materia prima, come ad esempio la cellulosa. Questa idea nasce come sempre in America e viene poi esportata in tutto il mondo, ed è parte integrante dell'iniziativa Roma Makers da questa estate. Come primo step ci si è posti la costruzione delle macchine da laboratorio, utilizzando i macchinari già presenti, come ad esempio le stampanti 3D. Con questo metodo sono stati costruiti degli spettronomi, una centrifuga, una pompa peristaltica, un agitatore magnetico, un'incubatrice e un microscopio ottenuto modificando una webcam. Al momento vengono allevati 5 batteri che producono pigmenti, come il *Chorobacterium violaceum* o violaceina, che oltre a produrre il viola è un antitumorale; altri batteri producono il blu (*Chorobacterium violaceum*), il giallo (*Xanthomonas campestris*), il verde (*Chlorobium tepidum*), e il bioluminescente (*Pseudomonas aeruginosa*). Oltre a questi batteri viene anche coltivata una colonia di funghi e muffe chiamata "combucia", che si nutre di the nero, e la spirulina, un batterio considerato quasi un'alga che data la sua somiglianza a quest'ultima. La spirulina produce cellulosa ed è consideata superalimento, in quanto ricca di amminoacidi, proteine e ferro. Il BioLab è anche attrezzato per la coltura dei lactobacilli.
Gestire uno spazio del genere è ancora abbastanza complicato, ma è un settore in espansione. In America i BioLab universitari sono molto utilizzati e partecipano attivamente alla ricerca: in uno di questi, ad esempio, è stata sviluppata la fibra più resistente al mondo, prodotta modificando il gene del latte di capra con quello della tela dei ragni. Un'altra scoperta molto recente è la produzione di benzina dai batteri e i batteri elettrici che si nutrono di elettroni.

ILLUSTRAZIONE GIULIA BERNARDINI // SABINA KERIMOVA

GRAPHIC MUSIC

"Viaggio nella grafica delle etichette indipendenti italiane."

Di Gloria Colaianni, Sabina Kerimova, Paolo Putortì

Il rapporto tra il mondo della grafica e quello della musica non è sempre stato come lo vediamo oggi. La musica si è “commercializzata” soltanto agli inizi del ’900 grazie all’introduzione nel mercato del 78 giri, un disco in vinile che permetteva per la prima volta di riprodurre della musica scelta dall’ascoltatore stesso, nella propria abitazione. Durante i primi anni di vita, il packaging non presentava una grafica particolarmente curata, si trattava anzi di piccole tasche di carta o cartoncino in cui l’aspetto grafico era rappresentato quasi unicamente il logo della casa discografica di produzione. È con l’arrivo di Alex Steinweiss, graphic designer statunitense, nel 1939 che le cose cambiarono: il rapporto tra grafica e musica nasce per poi evolversi in numerose sfumature, che a poco a poco porteranno a ciò che vediamo oggi. Si tratta di un rapporto che non è mai stato particolarmente semplice, tanto meno scontato. Ogni artista e ogni casa discografica affrontava (e affronta tuttora) l’argomento in modo diverso, decidendo di affidare tale lavoro ad artisti esterni, a designer del reparto grafico della casa stessa, o lasciando addirittura libera scelta alla band in questione. Su questa scia abbiamo deciso di scoprire come affrontano questo aspetto le case discografiche italiane.

Daniela Marthi

LA TEMPESTA DISCHI

Intervista di Gloria Colaianni

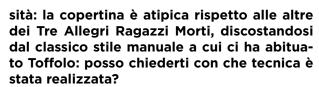
“La Tempesta Dischi è tra le più longeve e produttive etichette indipendenti italiane, ha dalla sua parte quindici anni di attività intensa e una produzione di circa un centinaio di album di musica sia italiana che straniera. Iniziamo con loro il nostro viaggio nella musica indipendente, intervistando Enrico Molteni.”

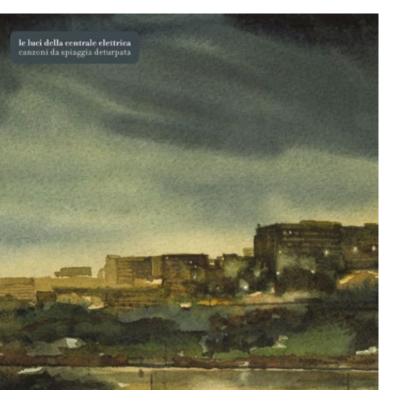
Sappiamo che La Tempesta Dischi è nata nel 2000 con l’esigenza di permettere a voi “Tre Allegri Ragazzi Morti” di essere proprietari in toto delle vostre produzioni, sia musicali che non, come tentarono di fare i Beatles con la Apple Records. In particolare, da chi è nata l’idea e il nome, e come siete arrivati ad essere una delle realtà più importanti del panorama creator-owned?
La Tempesta è il titolo di una nostra canzone, contenuta nell’EP *Il principe in bicicletta* del 2000. Da lì abbiamo preso il nome, è la prima pubblicazione che abbiamo fatto da indipendenti. L’idea di fare le cose da soli è inizialmente venuta a Davide, visto che il rapporto che avevamo avuto con le major era stato difficile: la nostra misura artistica non aveva molto spazio nei loro cataloghi. Credo che l’importanza che la Tempesta ha oggi sia il frutto di tanti anni di passione sincera e semplice.

Cosa vi rende così diversi dalle case discografiche indipendenti di oggi? Per spiegarmi meglio, ogni vostra produzione è caratterizzata da un basso coverage nelle testate di settore, ciononostante ogni vostra nuova uscita è vista dai fan come un enorme even-

to, basta vedere il nuovo album del "Teatro Degli Orrori", di cui i concerti stanno andando in sold out a più di un mese dall'inizio del tour. Come ci riuscite?
Penso che l'attenzione nei nostri confronti sia stata guadagnata sul campo, grazie alla costanza nella scelta di un certo tipo di proposta musicale di qualità. Io stesso non saprei giustificare diversamente il fenomeno!

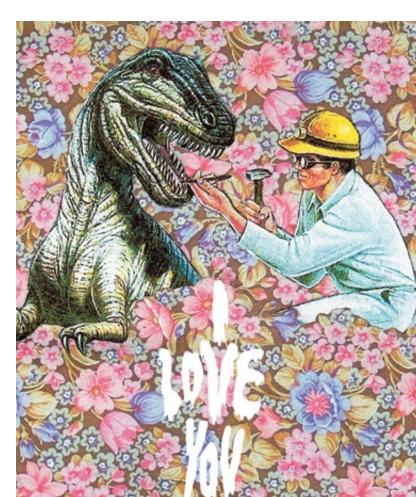
Siete voi a cercare gli artisti o sono loro a cercare voi? Inoltre, quali caratteristiche cercate in un artista per entrare a far parte della vostra scuderia?
In buona percentuale gli artisti che pubblichiamo sono persone che conosciamo personalmente e che stimiamo. È come se ad un certo punto avessimo messo su disco quelli che sono i rapporti che abbiamo coltivato in anni di chilometri e concerti. Le caratteristiche sono riconoscibili successivamente al primo innamoramento, che è intuitivo. E in questa seconda battuta tutti possono tirare le proprie somme.

Il primo album pubblicato con La Tempesta Dischi è "La Testa Indipendente" nel 2001. Come prima esperienza, in che modo avete affrontato il processo di creazione della veste grafica? Avete avuto difficoltà a relazionarvi con le tipografie? Avete gestito completamente voi questa fase o vi siete avvalsi di un aiuto esterno? Inoltre una piccola curiosità: la copertina è atipica rispetto alle altre dei Tre Allegri Ragazzi Morti, discostandosi dal classico stile manuale a cui ci ha abituato Toffolo: posso chiederti con che tecnica è stata realizzata?
Il primo titolo della *Tempesta* come ti dicevo, è l'EP *Il principe in bicicletta* del 2000, il disco di cui parli tu è il primo album vero e proprio. Ricordo che Davide aveva realizzato questi disegni più "freddi" rispetto al solito, non ricordo la tecnica ma sicuramente c'era un computer di mezzo. Tanto che i disegni erano visibili anche animati alla base del video di *Quasi adatti*. L'impostazione grafica l'abbiamo affidata ad uno studio grafico di Pordenone, poi nella ristampa abbiamo sistemato molte cose che a, mio avviso, non erano venute bene, come la scelta della font e il posizionamento dei loghi. Non abbiamo avuto difficoltà nei rapporti con gli stampatori.

Passiamo ad un aspetto più tecnico: Vorrei parlare di come gestite l'immagine grafica delle vostre produzioni in generale. C'è sinergia tra voi e l'artista o una delle due parti è totalmente libera di scegliere la veste grafica? Avete una tipografia e un distributore di fiducia o cambiate periodicamente? Inoltre puoi farmi alcuni nomi dei vostri collaboratori grafici più stretti?

Il teatro degli orrori- S/T

Esiste una sinergia ma devo dire che la libertà grafica per gli artisti è pressoché assoluta.
Cambiamo periodicamente distributore e tipografia ma quelli con cui lavoriamo da più tempo sono Eugenio Cervi della Master Music per la distribuzione e Marika Rancati della Houston per la stampa dei dischi.
I nostri collaboratori grafici più stretti sono sicuramente Alessandro Baronciani, Jacopo Lietti, Cecilia Ibañez, Mauro Lovisetto, Francesco D'Abbraccio, Pasquale De Sensi, Lorenzo Pilia e molti altri.

Parlando del coverage pubblicitario, chi si occupa del Photoshooting? Avete un settore che si occupa specialmente di questo o anche qui è l'artista che sceglie?
Sceglie sempre l'artista. Anche per questo abbiamo persone di fiducia che coinvolgiamo spesso, ma quando l'artista ha le idee chiare e i contatti sicuri lo lasciamo correre libero.

Riguardo alle confezioni dei vostri CD, avete delle preferenze sul jewelcase o sul digipack? In molti ho notato che fate un forte utilizzo dei booklet a cartina geografica, è una scelta stilistica o di praticità?
Non abbiamo gusti particolari per i packaging, ogni volta si decide assieme la strada da percorrere. Il booklet a mappa è una scelta stilistica, null'altro.

Avete fatto della poliedricità la vostra bandiera stilistica, cosa che si evince dalla musica quanto dal look&feel delle vostre produzioni: come riuscite a mantenere uno standard qualitativo alto nonostante una diversità delle vostre produzioni così marcata? Mi vengono in mente come esempi le copertine de "Il Mondo Nuovo" , "Canzoni da Spiaggia Deturpata", "Protestantesima", "Grande Raccordo Animale", "I Love You" e "Canzoni Contro la Natura", così diverse tra di loro ma unite da un retrogusto molto underground.
Ti ringrazio per il giudizio sull'alta qualità, sinceramente credo sia un lavoro di gusto in progressione. Ogni volta che si lavora su un titolo si cerca sempre di fare le cose al meglio. Col passare degli anni questo sforzo si nota.

I videoclip: molti dei videoclip dei Tre Allegri Ragazzi Morti sono realizzati da Davide Toffolo e Michele Bernardi, e con Valeria Prosperi per i videoclip del vostro ultimo disco in studio "Nel Giardino dei Fantasmi". La mia domanda è: vi occupate voi direttamente dei videoclip o vi affidate a studi esterni?
Siamo praticamente sempre stati noi a realizzare i nostri videoclip, sempre con l'aiuto di tecnici esterni. Quindi partiamo sempre da un'idea nostra e cerchiamo il modo migliore per realizzarla, anche esternamente.

Che rapporti avete con La Galleria Disastro? So che all'interno lavorano molti collaboratori de La Tempesta.
È Fiz, un nostro amico, che ha creato questa Galleria. Non abbiamo rapporti strettissimi ma abbiamo sicuramente fatto alcune cose assieme, come le serigrafie con immagini e testi de *Le luci della centrale elettrica*.

Che cosa vi aspettate dal progetto La Tempesta International?
Sinceramente spero che alcuni nomi riescano ad avere ampia visibilità internazionale. Da un certo punto di vista ci sono già riusciti i Mellow Mood, ma anche i Ninos du Brasil. Mi aspetto crescite nei prossimi tempi da Aucan, The Sleeping Tree, Yakamoto Kotzuga, Godblesscomputers, Universal Sex Arena ed Erio, grande voce.

LE COPERTINE:
Pagina a sinistra in altro
Le luci della centrale elettrica
Canzoni da spiaggia deturpata
In basso a destra:
Management del dolore post operatorio i love
Pagina corrente in alto:
Dettaglio dalla cover de Il Teatro degli orrori - il mondo nuovo

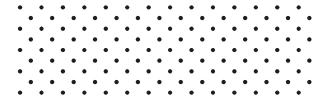
BLACK CANDY RECORDS

Intervista di Gloria Colaianni

“Quando si parla di vinile, hai molti più fattori da giocarti che rendono il “prodotto” più bello, a partire dal colore del vinile alla carta della bustina. Entra in gioco una condizione più “tattile” dell’oggetto e rende tutto più “completo”, è bello!

La vostra etichetta ha un target mirato? Avete delle preferenze stilistiche sul tipo di musica che producete?
A dire la verità non c’è un target prestabilito. Non ci siamo mai dati limiti di genere, la cosa importante è che ci sia convinzione generale sul progetto, che ci sia progettualità e che, una volta conosciute le persone che fanno parte delle band, una volta che ci siamo annusati, ci siano i presupposti per essere una squadra.

I video dei vostri artisti hanno spesso un gusto retrò. Nel trailer del nuovo EP degli Hacienda o nel video Melting dei Go!Zilla, è una coincidenza o è forse anche il mood dell’etichetta?
I video sono una cosa che noi supervisioniamo solamente, non facciamo una vera e propria produzione artistica, questa è affidata per ogni band a persone diverse (i Vickers ad esempio producono da soli i propri video) la cosa importante è che siano in linea con quello che le band vogliono trasmettere e che non ci siano cose che non piacciano alle parti coinvolte.

Esaminando in particolare il video degli Hacienda, è molto ben curato dal punto di vista dell’immagine. Con che tecnica è stato realizzato? E da chi è stato curato?

Come funziona di solito la produzione dei video, avete dei collaboratori di fiducia o vengono scelti dagli artisti?
Chiaramente abbiamo delle persone di fiducia, nel tempo abbiamo avuto a che fare con diversi videomaker e grafici, a volte siamo noi a proporre un nostro contatto alla band, a volte l'opposto. Quest'ultimo video degli Hacienda è stato firmato da Dominic Foster, collaboratore dei The Coral che, a mio avviso, ha fatto un ottimo lavoro. Mentre la copertina è di Ian Skelly, sempre collaboratore dei The Coral.

Le cover degli album nel vostro catalogo, pur avendo un gusto molto simile, sono stilisticamente molto diverse fra loro, sono usate diverse tecniche digitali ma noto anche molte cover con un gusto più tradizionale e illustrativo: siete interessati anche alle arti figurative? Di solito partecipate alle scelte grafiche dei gruppi che promuovete? Avete dei collaboratori che si occupano specificamente di grafica e di illustrazione?
Da un po' di anni a questa parte, il 90% degli artwork porta la firma di Legno, così come il merchandising, ed è una scelta di cui siamo veramente felici. Questo non significa che non lavoriamo con altri, ogni band è un mondo a sé e a volte hanno bisogno di un taglio ben preciso (vedi Go!Zilla o l'ultimo degli Hacienda). Partecipiamo anche alla parte grafica, cercando chiaramente di intrometterci il meno possibile, solo per dei consigli utili e, a meno che le grafiche non ci soddisfino proprio, cerchiamo di lasciare le scelte fondamentali in mano alla band.

Chiaramente, cerchiamo di dare un taglio che in qualche modo ci contraddistingua, a partire dal formato, che a parte casi eccezionali in cui il progetto grafico ne guadagnava molto, é un jewel case semplice. Questa parte creativa è molto più divertente, chiaramente, quando si parla di vinile, hai molti più fattori da giocarti che rendono il prodotto più bello, a partire dal colore del vinile alla carta della bustina. Entra in gioco una condizione più "tattile" dell'oggetto e rende tutto più "completo". È bello!

LE COPERTINE:

A sinistra:
Go!zilla- Sinking in your sea
Sopra:
Il disordine delle cose-
Nel posto giusto

WALLACE RECORDS

Intervista di Gloria Colaianni

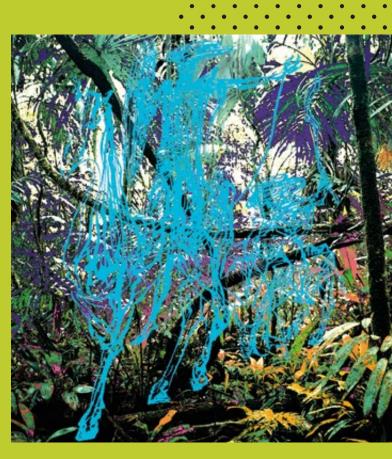
Io sono orgoglioso di aver acquistato, e pubblicato, dischi con grafiche infinitamente più fighe di quelle mainstream, perché la musica contenuta è infinitamente più figa.

La Wallace è un'etichetta ispirata alle etichette punk DIY (Do It Yourself). Questo cosa comporta in termini pratici? Gli artisti gestiscono ogni aspetto della produzione?
In termini pratici non ci sono molte regole o uno standard da seguire.Il *DIY* di solito si applica alle band che costituiscono un'etichetta e si auto producono i dischi.
Io non ho una band, ma quelle con cui ho lavorato sono sempre state formate da amici ai quali ho messo a disposizione alcune mie capacità (grafiche, organizzative, web...) per permettergli di realizzare i dischi in totale libertà, che vuole dire scelte artistiche, formato del disco e anche politiche di comunicazione, promozione e distribuzione. Non ho mai forzato nessuna band a fare quello che non voleva. Ad esempio: gran parte del catalogo Wallace oggi si trova su Spotify ed iTunes, tranne alcuni che preferiscono non esserci. In tutto questo l'identità della mia etichetta è stata quella di scegliere con chi lavorare, valutando artisticamente ed umanamente le persone che la rappresentano.

L'etichetta ha una linea grafica e sono preferiti certi stili piuttosto di altri? Voglio dire: essendo un etichetta di musica underground e concentrata sulla ricerca stilistica piuttosto che sulla notorietà, cerchi questa qualità e ricchezza anche nell'immagine grafica?
Nei limiti del possibile, sì. Se avessi (ed avessi avuto) risorse economiche sufficienti, il catalogo Wallace sarebbe tutto in vinile 180 gr con copertine deluxe. Sono cose che apprezzo come acquirente e che mi piacerebbe riproporle con l'etichetta, ma per l'appunto, non è sempre possibile. Tieni conto che la Wallace nasce nel 1999, periodo in cui esiste quasi solo il CD, anche in ambito indipendente il vinile non era in voga ed il digitale doveva ancora arrivare.

Ho iniziato quindi a curare le confezioni dei CD, preferendo formati ideati da me e dalle band al posto del classico jewel box. Un vanto è quello di non aver mai realizzato un CD in jewel box con la classica plastica di fondo color "grigio topo" scuro; se ci pensi è una cosa che oggi sembra vintage.

Ho letto in diverse interviste che curavi l'etichetta praticamente da solo, è ancora così? Dal punto di vista grafico hai qualcuno che ti da una mano o curi da solo anche questo aspetto, compreso il sito web?
Sì sono ancora da solo, per scelta e per necessità. Anche se ormai le ultime pubblicazioni Wallace sono coproduzioni con altre etichette, a loro volta quasi tutte *one-man-label*, quindi è come se ci fossero più persone, ma che mutano per ogni uscita. Ho curato sempre la grafica, a volte solo dal punto di vista tecnico (impaginazione di foto e testi) ed altre con un apporto più creativo. Spesso l'ho curata anche per artisti non Wallace, anni fa l'uso dei software grafici, così come quelli musicali, era meno diffuso e semplice, quindi non era facile trovare chi ti assicurava che i files da mandare in stampa fossero buoni. Stesso discorso per il web: ho imparato da solo e mi sono sempre fatto il sito da solo. Oggi è in parte anche il mio lavoro, quello di realizzare siti web.

Viviamo in un mondo in cui l'immagine è un aspetto sempre più importante sia per quanto riguarda il mercato che per quanto riguarda la comunicazione, è un mezzo molto immediato e diretto. Pensi sia importante riuscire a comunicare il mood del disco attraverso il packaging?
È vero anche che viviamo in un mondo in cui i dischi non esistono più, o comunque non sono un oggetto di massa, ma solo di una nicchia, ossia di quelli che seguono la musica non apertamente commerciale, ed è per questo che a maggior ragione devono essere oggetti belli, perché non si acquistano più per il loro contenuto intellettuale (la musica contenuta, ottenibile gratuitamente sul web) ma per l'oggetto in sé. Quindi se compri un disco, se è in vinile è meglio, se il vinile è pesante è meglio, se ha la copertina gatefold (apribile) meglio ancora. Poi non è detto che questo vinile lo si debba per forza ascoltare sul piatto, ormai c'è il download code con cui te lo metti sul telefono, ma sicuramente a qualcuno lo farai vedere con compiacimento e sarà in bella vista in casa tua.
Sempre in quest'ottica, la coerenza tra contenuto musicale e grafica è indispensabile. Ci vedresti mai l'ultimo album di Masini con una copertina tutta nera, in cartoncino spesso, con un simbolo oscuro in rilievo, senza il suo nome? Ovviamente penseresti che è un disco dei Neurosis, allo stesso modo come questi non pubblicherebbero un disco con la loro foto patinata, e se lo facessero, molti dei loro potenziali fan o acquirenti penserebbero alla svolta commerciale del gruppo. Non è tuttavia solo una questione di vendita e di marketing, io sono orgoglioso di aver acquistato e pubblicato dischi con grafiche infinitamente più "fighe" di quelle mainstream, perché la musica contenuta è infinitamente più "figa".

**Pagina a sinistra:
Gerda- Your Sister
Pagina corrente
The shipwreck bag show-
Dox Quixote**

NO=FI RECORDINGS

Intervista di Laura Cecchini

Come etichetta non produce solo Rock and Roll o Noise, mi è sempre piaciuto lavorare sul territorio con quello che realmente c'è, lavorare con le persone che conosci.

Parlaci di te.
Il mio nome è Toni Cutrone e all'età di quattordici anni ho iniziato a suonare la batteria. Nasco come batterista, suonavo con gli amici in un garage e amavo farlo.
Poi un giorno mi trasferii a Roma, e qui le cose sono diventate molto più serie, è successo che mi sono appassionato, e contemporaneamente agli studi di filosofia all'università suonavo rock'n roll!
Porto avanti il discorso musicale su più fronti: suono, lavoro con la NO=FI Recordings, ascolto gruppi e musicisti che mi piacciono. Lavoro al DalVerme, che è il luogo, a Roma, dove proviamo a creare una scena forte, che si imponga sul mercato in modo un po' più eclatante rispetto ad un singolo.

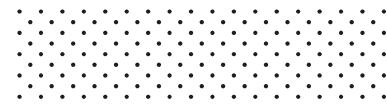
NO=FI Recordings è un'etichetta discografica che produce musica al di fuori di norme e convenzioni: strettamente legata al genere della sperimentazione Noise, cosa produce l'etichetta?
Il genere *Noise* più che un genere è un'attitudine. In inglese letteralmente significa "rumore". Dietro al semplice significato, però, c'è altro: il *Noise* è sperimentare strumenti che non siano proprio strumenti musicali canonici, è creare "performance musicali", è un "fare musica" più che eseguire un concerto tipico.

Per quanto riguarda il nome, HI-FI è legata all'audio, un modo di registrare ed incidere eccezionale. Invece la registrazione LO-Fi, che significa "bassa fedeltà", è molto diffusa nelle culture punk e underground. In realtà, sostanzialmente, puoi ottenere buoni risultati anche "registrando male"; l'importante è che, alla fine, ciò che hai registrato funzioni e piaccia.

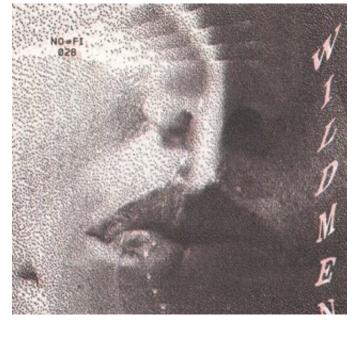
Il nome NO=FI, che vuol dire letteralmente "nessuna fedeltà", gioca un po' proprio su questa diatriba.

Come etichetta non produce solo Rock and Roll o Noise: mi è sempre piaciuto lavorare sul territorio con quello che realmente c'è, lavorare con le persone che conosci. La questione "nessuna fedeltà" è più che altro per i generi: a me, come musicista interessa soprattutto la musica e non deve esserci fedeltà in quello. Quando faccio musica lo scopo è provare a comunicare, non avere schemi, non avere paraocchi, cercare sempre di avere la tua linea portante, perché avere una personalità individuale è bello, è fondamentale. Non cerco la perfezione.

Siete famosi, fra l'altro, perché preferite produrre gli album in cassette e in vinile, è una scelta legata alla qualità dell'audio o stilistica? È più conveniente, nel nostro mercato, produrre cassette rispetto a CD?

È una scelta di scena. Ho iniziato a produrre cassette nel 2006 e a un certo punto tutto ha iniziato a muoversi. Noi siamo cresciuti con le cassette, ci passavamo i gruppi, ci scambiavamo le compilations, quindi nel 2006 è stato un ritorno ad una cosa che mancava. Io produco un sacco di cassette, lo so, è un supporto abbastanza obsoleto, però proprio per questo permette di creare oggetti che siano unici e particolari, oggetti che vale la pena conservare. Per quanto riguarda l'audio delle cassette in realtà non è buono, è più un discorso di stile, di un passato che ritorna. Significa avere un oggetto che è fuori dal tempo: è una particolarità. La musica per me è digitale, quindi l'idea è che se vuoi comprare qualcosa la compri perché è bella,

perché la vuoi tenere, la vuoi collezionare, e con il cd tutto questo si è perso. La cassetta è una cosa simpatica perché è piccola e costa poco.Per quanto riguarda il vinile invece è un discorso di audio: ha un suono più caldo, hai veramente il suono che passa meccanicamente sul supporto, c'è qualcosa di più.

Oltre al DalVerme, svolgi ogni lavoro da solo! Perché la scelta dell'autoproduzione?

Il discorso del DIY (*Do it yourself*) è una questione che si è sviluppata a livello mondiale: è un'attitudine che ha portato a rompere un po' gli schemi. Negli ultimi trent'anni si è sviluppata una grande tendenza a comprare strumenti musicali e computer. L'idea di base è quella che si può fare musica dalla A alla Z da soli. Puoi arrivare alle persone in modo immediato e diretto: il mondo è pieno di persone da raggiungere. Se io decido di fare una cosa da solo è perché so quello che faccio. Se poi esco da questo mondo, c'è un mondo che non mi piace: un mondo di etichette che spendono i diritti, che non lasciano libertà sia di scelta che economica.

Mi trasformerei in qualcosa che non voglio. Da solo non devi rendere conto a nessuno, quindi ho la totale libertà su quello che produco. Ti permette di conoscere, prendere contatti e creare rapporti (che è la parte migliore) creare una scena, starci in mezzo.

Parlando a livello grafico: avete una linea stilistica definita?
Per quanto riguarda la grafica musicale di base, a me piacciono le cose molto astratte.
Le etichette che fanno cose in linea alla NO=FI sono molte, mi piace quando hanno linee molto forti ed esprimono emozioni profonde.
Puoi trovare una cassetta NO=FI e riconoscerla fra un milione di altre cassette. Cerco di non farmi influenzare, è sempre un camminare vicino alle esperienze, anche se tutto quello che vedi poi ti influenza .
In realtà mi occupo molto della parte grafica, mi piace tantissimo curarla, in pratica faccio l'Art Director: mi faccio aiutare dagli amici con le stampe o collaboro con artisti specifici.
Cerco di dare una linea abbastanza ferrea e decisa, cerco di trovare l'artista che più assomigli al gruppo, a ciò che preferisco ascoltare.
Il mio lavoro migliore è stato quando creavo una cassetta ogni volta nuova, ogni volta lavorata da me a mano, una pratica lunghissima: le facevo in modo nuovo ogni volta che le ordinavano, era emozionante perché capitava che le ordinassero anche dalla Germania, dalla Svezia o dal Giappone. Le lavoravo una ad una. Quel momento è stato uno dei più belli. Ad un certo punto però ho dovuto smettere, non riuscivo a stare dietro a tutto.
Ho iniziato, così, con le serigrafie ed è stato molto divertente passare poi alla risograph perché è una tecnica molto particolare.

Come sei passato dall'etichetta NO=FI a fondare il DalVerme?
La NO=FI era nata per produrre i primi dischi degli Hiroshima (il gruppo dove suonavo) il primo è uscito nel 2001.
In seguito è nata questa passione di produrre altri gruppi: li conoscevamo, andavamo in tour insieme, rimanevamo in contatto.
Veniva fatto un po' per portare a Roma quello che conoscevamo fuori e viceversa. Il discorso poi era parallelo all'organizzazione dei concerti: DalVerme è diventato un po' il luogo di riferimento.

Quali sono i tuoi programmi per il futuro?
Questo pomeriggio stamperò la produzione dei *Nastro,* a inizio novembre produrrò un vinile e a metà novembre andrò nel sud del Brasile con tre concerti di *MAI MAI MAI*, il mio ultimo progetto musicale.

LE COPERTINE:

Nella pagina precedente:
Wildmen "S/T"
Pagina corrente:
Gianni Giublena Rosacroce
"La Mia Africa"

VOLCAN RECORDS

Intervista di Daniela Marthi

La caratteristica è fare bella musica e vera

Iniziamo con una piccola presentazione. Come è nata l'idea della Volcan Records? Come avete scelto il nome?
Sono un produttore artistico. Lavoro spesso con tanti artisti indipendenti in studio.
Volcan è nata dall'esigenza di creare una vetrina per tutti quei progetti all'esordio che non trovano spazio nell'attuale mondo discografico.

**Parlando degli artisti che producete attraverso la vostra casa discografica: siete voi a cercarli o sono loro a cercare voi?
Quali caratteristiche deve avere un artista per essere scelto da voi?**

Frisino
"Tropico dei romantici"

Entrambi i casi.
La caratteristica è fare bella e vera musica.

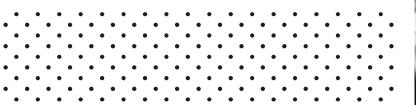
**Riguardo l'aspetto grafico delle vostre pubblicazioni, invece, come affrontate il processo di creazione della veste grafica?
Avete mai avuto difficoltà a relazionarvi con le tipografie con cui avete lavorato?**
Si parte da un'idea, a volte è l'artista a proporlo, a volte noi. Di tipografie ne abbiamo provate molte fino a trovare quella giusta.

Per finire: ci spiegate come gestite l'immagine grafica delle produzioni in generale? È l'artista ad occuparsi dell'intero processo creativo o realizzate una sorta di collaborazione? C'è qualche grafico/illustratore a cui vi rivolgete più spesso?
Dipende dal progetto. A volte è l'artista che fa tutto e con noi finalizza l'idea. Altre volte ci sono grafici, illustratori e artisti che vengono selezionati per creare l'artwork.

COLLETTIVO (L)IMITAZIONE

Intervista di Paolo Putortì

“Quando l’arte non risuona”
vuol dire che ha bisogno di più attenzione.
L’idea di (L)IMITAZIONE è dargliela.

Un gatto che si traveste da cervo, che cerca di imitare qualcosa di più maestoso di lui per cercare di essere più importante e più sicuro. Questo è il logo del collettivo dei ragazzi reggini che cercano in questo gioco grafico di dare un input al nuovo scenario musicale e a tutte quelle persone che sbandierano cultura senza realmente farne. Ironizzano attraverso il loro stesso nome cercando di far capire che imitare è di per sè limitante. Focalizzati nell’ambiente musicale reggino i ragazzi di (L)imitazione con questa combinazione di elementi grafici rinvendicano quelli che sono gli spazi dovuti alla musica e ai nuovi talenti, che sempre di più cercano di “sopravvivere” in un ambiente che ogni giorno diventa sempre più difficile da vivere, coinvolgendoli in attività del tutto autofinanziate e rivolte solo alla voglia di far “risuonare” la musica senza troppi vincoli dovuti al business o a fittizzi concorsi musicali, con la musica come unico soggetto e valore di questa loro battaglia.

(L)imitazione vuole rimanere fuori da questo gioco perverso che come loro stessi hanno detto:

“Parliamo di musica: quella che è fuori dalle logiche imprenditoriali del “business” e dei concorsi in cui perdono tutti tranne gli organizzatori; quella che è vittima dei favoritismi per conoscenza e dei sorrisi di facciata completati da pugnalate alle spalle; quella stessa musica che rimbomba nelle cantine italiane e che oggi sta implodendo, sommersa dal disinteresse per le novità e dalla mancanza di curiosità nei confronti della proposta originale.”

Cercando di riavvicinare il pubblico alla musica, supportando quei gruppi che non si abbassano a scelte commerciali, comode, per compiacere un pubblico distratto e distante dal piacere della scoperta.
Con questi ideali questo collettivo vuole alimentare il circuito artistico cittadino proponendo uno scambio ed un confronto diretto tra chi crea la propria musica, chi spende il proprio tempo alla ricerca di una proposta musicale originale e chi vuole ascoltare le voci del proprio territorio, nel proprio territorio.
In una breve intervista con il grafico Saverio Autellitano, che si occupa della pianificazione grafica di tutto il materiale edito (L)imitazioni, ho chiesto come si comportavano con la grafica e il perchè di alcune scelte :

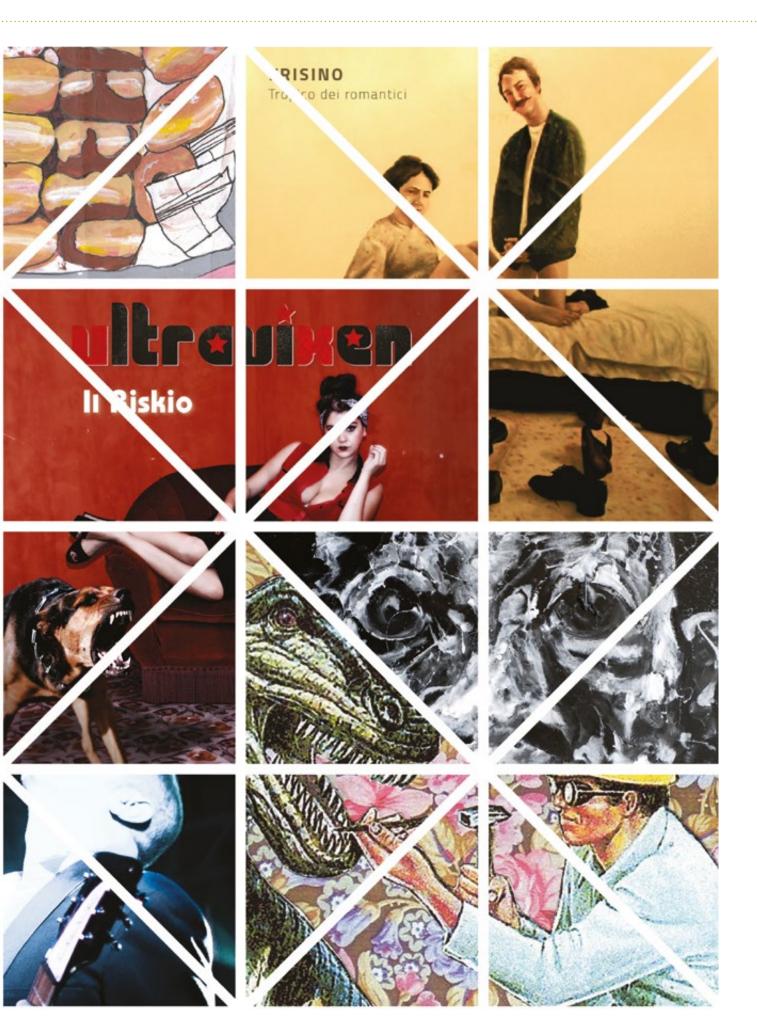
“Lo stile grafico che stiamo adottando è qualcosa di semplice, a tinte piatte, progettato in obliquo e vagamente clandestino per marcare l’esigenza di andare contro corrente.”

Quindi a mio parere, anche se non si tratta di una vera e propria etichetta indipendente (anzi il loro scopo è *non esserlo*), il collettivo rimane, se pur una piccola realtà, una valida spinta nel nuovo panorama musicale odierno, che cerca di far emergere le vere sonorità celate.

Fotografie di Giovanna Catalano

dei romantici
ultravixen

UNA MANO PER L'ARTE

a cura del Rotary Club

DAL TALENTO ALL'IMPRESA

Un progetto Rotary in collaborazione con l'Accademia di Belle Arti di Roma per favorire l'imprenditorialità giovanile nel settore dell'arte Premessa a)- I mestieri d'arte costituiscono una straordinaria tradizione italiana che occorre tramandare da artigiani-artisti anziani ancora pieni di vitalità a giovani non meno valenti. Non si tratta solo del salvataggio di un bene culturale, ma, attraverso la conservazione delle radici storico-culturali lasciateci in eredità, non solo si preservano attività di cui si vanno oggi perdendo le tracce, ma si creano anche occasioni di lavoro e di reddito in ciò che rende l'Italia distinguibile nel mondo: il bello, la qualità, l'arte. Le tecnologie e la produzione industriale, che hanno permesso la diffusione di oggetti d'uso comune un tempo realizzati artigianalmente, non distruggono quegli affascinanti mestieri, in cui abilità manuale, gusto artistico e preparazione storica rimangono insostituibili. Esistono molte vie per diventare imprenditori. Qualcuno nasce in una famiglia di imprenditori ed impara fin da subito ad essere propositivo e innovatore, qualcuno matura questa convinzione con gli anni e con le esperienze, qualcuno lo diventa studiando, qualcuno non si sente realizzato se non vede che il frutto del suo lavoro matura ogni giorno sotto i suoi occhi e ne può godere in prima persona, qualcuno è disposto a mettersi in gioco in una sfida complessa ma incredibilmente affascinante.

L'andamento demografico delle imprese conferma il grande dinamismo della imprenditoria italiana con l'elevato numero di individui che formano mini-imprese. La propensione verso il lavoro autonomo, che continua a manifestarsi con cifre significative, può essere uno dei mezzi per superare l'attuale periodo di crisi. b)- L'opportunità di studiare materie artistiche all'Accademia di Belle Arti di Roma, una delle città di belle del mondo e con una storia antica, è certamente un grandissimo privilegio. Infatti le materie artistiche consentono di approfondire la conoscenza del nostro patrimonio culturale, quindi di rivivere il nostro passato, per meglio comprendere il presente e farsi interpreti del futuro. Del resto cosa può motivare maggiormente uno studente se non studiare materie per le quali egli nutre una grande passione? La serenità degli studi rischia tuttavia di essere in parte offuscata dalla preoccupazione di non trovare uno sbocco lavorativo alla fine degli stessi. In effetti il mondo dell'occupazione ha subito fortissime trasformazioni negli ultimi anni ed è in evoluzione continua. Sono venuti meno alcuni riferimenti tradizionali e non è facile comprendere le conseguenze di tali cambiamenti. La globalizzazione, la rivoluzione digitale, le nuove tecnologie hanno influito non poco a ridefinire i mercati e a modificare i modelli di business e i relativi processi. Il "contratto psicologico" di ottenere un'occupazione per tutta la vita lavorativa a fronte della fedeltà al datore di lavoro non esiste più. Perfino i grandi enti pubblici e privati, banche e aziende sono alla ricerca di competenze sempre più specialistiche, per far fronte alla concorrenza.

Progetto

Dall'analisi dei suddetti fattori emerge un territorio di azione volto sia ad individuare giovani talenti artistici predisposti all'imprenditoria, sia ad assisterli sul cammino dell'imprenditorialità in maniera tale da ridurre il rischio di fallimento nelle fasi critiche iniziali. L'imprenditore individuale, infatti, è normalmente un soggetto preparato nel "prodotto", ma carente di esperienza nella gestione, nel marketing, negli aspetti fiscali, legali, finanziari dell'impresa. L'esiguità dell'impresa in fase di "start-up", la modesta disponibilità finanziaria, la genericità della richiesta, rendono problematico il ricorso alla consulenza specialistica, almeno in una prima fase. Non è determinabile a priori un percorso univoco che porti ad un'idea d'impresa vincente, ma si può facilmente imparare quali sono le strategie migliori per approcciare questa sfida, partendo da una seria autovalutazione personale per comprendere se si dispone delle doti necessarie come lo spirito di iniziativa, la capacità relazionale, la propensione al rischio, il pensiero laterale, la tenacia e l'intuito.
Per questo si è pensato ad un progetto che si basi sulla volontà del Rotary di dare sostegno alla filiera scuola-nuova imprenditorialità, avvalendosi delle competenze professionali e manageriali dei propri soci, messe gratuitamente a servizio delle nuove generazioni. Con tali premesse, l'Accademia di Belle Arti di Roma, in partnership con il Rotary Club Roma Ovest, Rotary Club Roma Cassia, l'Associazione Virgilio 2080 e l'Istituto Nazionale di Archeologia e Storia dell'Arte, promuove il progetto "Una Mano per l'Arte - dal talento all'impresa". Tale progetto mette a disposizione degli studenti iscritti o diplomati da un anno un servizio gratuito di tutoraggio, offerto da esperti Rotariani, per accompagnare la realizzazione di start-up nell'ambito delle attività artistico professionali che caratterizzano la formazione accademica. Gli studenti che intendono aderire al progetto "Una Mano per l'Arte", selezionati in piccoli gruppi di lavoro da un Docente referente, potranno beneficiare di un Tutor che li accompagnerà nella creazione di un'attività imprenditoriale, attraverso un'assistenza specifica. Il trasferimento di esperienza da professionisti qualificati del Rotary agli studenti desiderosi di avviare un'attività autonoma, conseguente ad un progetto imprenditoriale, nelle varie fasi di sviluppo, dallo studio del posizionamento dei prodotti e servizi offerti all'ingresso sul mercato, dalle simulazioni economiche finanziarie al fornire loro strumenti di controllo dei risultati, ecc… creerà un circolo virtuoso di conoscenza, che potrà facilitare la trasformazione di un'idea in un progetto di successo.

Le fasi del progetto

Una Mano per l'Arte si rivolge a tutti gli studenti iscritti nell'anno accademico 2015/16 o diplomati nell'anno precedente. I settori coinvolti nel progetto sono: Arti visive, Design della moda, Comunicazione e valorizzazione del patrimonio storico-artistico, Grafica Editoriale, Arte e nuove tecnologie, Progettazione Artistica per L'impresa; Comunicazione e Didattica dell'Arte. Per ognuno di questi settori l'Accademia individua dei Docenti referenti, i quali, in collaborazione con gli esperti Rotariani, individueranno quegli studenti che abbiano mostrato una particolare attitudine a sviluppare un'autonoma attività imprenditoriale. Gli studenti saranno tenuti a seguire un opportuno e obbligatorio processo formativo per apprendere tecniche e peculiarità specifiche del ruolo di imprenditore. Alla fine di questo percorso, saranno selezionati solo coloro che avranno dimostrato interesse e abilità. Da questo momento ogni team imprenditoriale selezionato sarà affiancato da un Tutor associato all'associazione "Virgilio 2080", il quale metterà a disposizione la propria esperienza manageriale e professionale, qualificata, anche se non specifica, per consentire prima allo studente, e poi all'impresa, uno sviluppo più sicuro ed agevole. L'assistenza del Tutor, non onerosa, prevede incontri periodici per un arco temporale di 9 mesi. In questo periodo il Tutor assiste gli studenti, ma non si sostituisce ad essi, non prende decisioni in loro vece e non assume responsabilità dirette. Il contributo del Tutor è finalizzato sia a sviluppare un approccio razionale ai problemi sia a facilitare i contatti con il mondo del lavoro con i potenziali clienti, partner, o a individuare possibili fonti di finanziamento.

Il Rotary

Il Rotary è la più importante associazione professionale del mondo. Il suo scopo è quello di diffondere il valore del servire, motore e propulsore ideale di ogni attività. In particolare il Rotary si propone di promuovere e sviluppare: relazioni amichevoli tra i propri Soci per predisporli a servire al meglio l'interesse generale; principi della più alta rettitudine a cui ispirare le attività professionali e imprenditoriali, riconoscendo la dignità di ogni occupazione utile e facendo si che venga esercitata nella maniera più nobile; l'orientamento dell'attività privata, professionale e pubblica di ogni Socio secondo l'ideale del servire; la comprensione reciproca, la cooperazione e la pace a livello internazionale mediante il diffondersi nel mondo di relazioni amichevoli tra persone esercitanti diverse attività economiche e professionali, unite nel comune proposito e nella volontà di servire. Il Rotary è suddiviso in Clubs, coordinati da Distretti. Il Distretto delle regioni Lazio e Sardegna è il Distretto 2080.

Ing. Giuseppe Perrone Governatore Rotary 2015 - 2016 Distretto 2080 R.I.

"LA REALIZZAZIONE DI PROGETTI IN CUI I ROTARIANI SI IMPEGNANO DIRETTAMENTE CON LA PROPRIA PROFESSIONALITÀ È CIÒ CHE DIFFERENZIA E DISTINGUE IL ROTARY NEL PANORAMA DELLE ASSOCIAZIONI DI VOLONTARIATO, DA PIÙ DI 110 ANNI METTIAMO A DISPOSIZIONE IL TALENTO DI CIASCUNO, IN OGNI CAMPO DELL'ATTIVITÀ UMANA, PER FAR CRESCERE IL CAPITALE SOCIALE, QUELLA RETE DI RELAZIONI INTERPERSONALI BASATE SU RECIPROCITÀ E MUTUO RICONOSCIMENTO. UNA MANO PER L'ARTE È RAPPRESENTATIVO DELLA MISSION DEL ROTARY: METTERE GRATUITAMENTE LE COMPETENZE PROFESSIONALI DEI PROPRI SOCI A DISPOSIZIONE DELLA COMUNITÀ PER CREARE CONDIZIONI DI SVILUPPO SOSTENIBILE".

Virgilio 2080

Tutor per la micro impresa
Tra i Soci del Rotary Club del Distretto 2080 del Rotary International sono presenti risorse professionali qualificate disponibili a sostenere il programma Virgilio in qualità di Tutor, rifacendosi allo spirito del poeta Virgilio che Dante Alighieri scelse per essere assistito nel periglioso viaggio della Divina Commedia.

Obiettivi:
l'Associazione Virgilio 2080, attraverso il Programma Virgilio, intende mettere a disposizione dei neo Imprenditori l'esperienza e le competenze professionali dei propri Tutor, necessarie per affrontare le iniziali fasi decisionali ed operative dell'impresa, finalizzate allo sviluppo ed al successo della stessa. Tutti i Tutor sono Soci Rotariani del Distretto 2080 R.I.

A chi si rivolge:
nelle Regioni Lazio e Sardegna, l'assistenza non onerosa è offerta alle start up e alle imprese di recente costituzione, appartenenti a qualsiasi settore di produzione di beni o servizi, che abbia un numero di addetti non superiore a dieci unità. Dopo un primo colloquio conoscitivo, ad ogni Imprenditore o Team imprenditoriale selezionato verrà affiancato un Tutor che metterà a disposizione la sua esperienza qualificata per consentire all'impresa di avviarsi su solide basi.

Tematiche:
il trasferimento dell'esperienza dal Tutor all'Imprenditore o al Team imprenditoriale è di natura generale, ma, a seconda delle necessità, potrà concentrarsi su uno o più argomenti quali il posizionamento strategico, l'ingresso sul mercato, la simulazione economica e finanziaria, la contrattualistica, la scelta dei Collaboratori, il controllo dei risultati, ecc.

Modalità operative:
il Tutor supporta l'Imprenditore o il Team imprenditoriale con incontri periodici per un arco temporale di circa nove mesi, ma non si sostituisce ad esso, non assume responsabilità o cariche sociali, non prende decisioni in sua vece, non procura finanziamenti né clienti. Il Tutor analizza le situazioni problematiche e trasferisce professionalità, motivazione, sicurezza psicologica, metodologia, capacità di orientamento, opportunità di relazioni operative.

Richiesta di assistenza:
la richiesta di assistenza potrà essere formulata all'indirizzo **info@virgilio2080.it** e dovrà contenere una descrizione dell'idea imprenditoriale possibilmente corredata da altri elementi utili a verificarne la consistenza e l'ammissibilità.

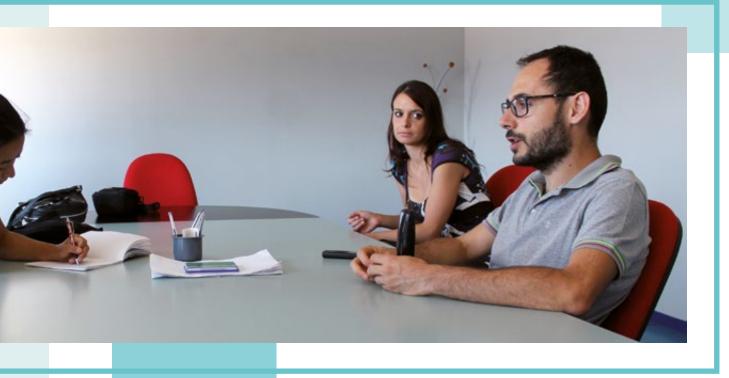
UNA
MANO
PER
L'ARTE

GESCOM

LA PIÙ GRANDE AZIENDA ITALIANA DI STAMPA DIGITALE

di Anjala Testacuzzi

UN'AZIENDA TUTTA AL FEMMINILE

La Gescom Spa, con i suoi sedicimila metri quadrati d'impianti distribuiti in due padiglioni situati nell'area industriale di Viterbo, è un'azienda che ha fatto dell'avanguardia il proprio tratto distintivo. La più grande azienda italiana di stampa digitale. L'avventura del primo centro in Italia specializzato in stampa digitale in grande formato è iniziata nel 1982. Sandra Paolucci e suo marito Ettore si occupavano allora del lavoro editoriale per un giornale distribuito nella provincia viterbese, per poi dirigersi all'inizio degli anni Novanta nella gestione di servizi pre-stampa quali l'impaginazione, la scansione fotografica e la produzione di pellicole per le lastre fotografiche. Nel 1999, con l'acquisto del Plotter Xerox, la Gescom è entrata nel mondo della stampa digitale, specializzandosi subito nei grandi formati. Negli anni a seguire l'azienda ha acquistato numerose macchine di produzione Israeliana, delle ditte Nur e Scitex (oggi di proprietà della statunitense HP), e dell'inglese Inca. Sandra, Ettore e l'odierno responsabile di produzione, il grafico Raffaele, compirono numerosi viaggi in Israele per visitare gli impianti industriali, intrattenendo un costante e diretto dialogo con i produttori. Le macchine della Gescom sono quasi tutte il risultato di Beta Test delle aziende sopracitate: decine di acquirenti internazionali arrivavano a Viterbo per osservare le macchine in azione e testarne la qualità. Nel 2003, poi, sono arrivate le macchine offset, due Komori e una Manroland, oltre un Computer To Plate per la fotoincisione e le macchine per l'allestimento di prodotti editoriali. La Gescom è ancora oggi la prima azienda e leader in Italia ad avere questo notevole impianto di macchine digitali. Nei due infiniti capannoni sulla Strada Teverina che li ospita dal 2008, vi sono, per la stampa su materiali flessibili cinque HP Scitex TJ8300, sei Nur Expedio, sette Nur Fresco, due elettro saldatrici ad alta frequenza THF. Per la stampa su supporti rigidi l'azienda dispone di un sistema flatbed digitale Inca Onset, un HP Scitex FB6700, tre NUR Tempo, un Kongsberg DCM24, una Zund XL-3000. Gescom non è solo la prima azienda italiana ad aver investito nella stampa digitale. L'amministratore delegato Sandra rivendica con orgoglio un reparto commerciale con uno dei primi call center italiani. Il reparto non ha mandato mai il proprio organico a promuovere i propri servizi sul territorio, ma ha sempre investito sulla vendita diretta via telefono, proponendo preventivi e offerte. Inoltre, le ragazze del settore commerciale partecipavano direttamente alle fiere di settore, presentando l'azienda in modo innovativo e creativo. Gli amministratori della Gescom hanno da subito voluto indirizzare l'azienda verso un'immagine femminile, per distinguersi in un settore quasi esclusivamente maschile. L'organico dell'azienda stesso è quasi interamente composto da donne, che ricoprono tutti i ruoli amministrativi e dirigenziali.

UNA STRUTTURA AL TUO SERVIZIO

Il rapporto diretto con il cliente è il punto di forza del reparto commerciale, perché Gescom non è un semplice service di stampa online: tutta l'azienda è organizzata in modo da fornire ai committenti stampe di alta qualità, a prezzi vantaggiosi e nel minor tempo possibile. Ogni potenziale cliente può comodamente inviare il proprio ordine attraverso il sito web. Una volta inviato l'ordine, il cliente è affidato a una responsabile, da cui riceve quasi immediatamente un preventivo personalizzato. Dopo aver concordato i dettagli dell'ordine, il progetto passa all'interno di un sistema multimediale interno che gestisce gli ordini. Questo sistema, basato su FileMaker di Apple, è un database di tabelle messe in relazione tra loro in maniera dinamica. I progetti vengono registrati nel server e visualizzati all'interno di ogni singolo reparto, in modo che il processo di stampa possa essere seguito lungo tutto il suo percorso, dalla prestampa fino alla fatturazione. Durante la fase del lavoro, il cliente è costantemente aggiornato dalla sua responsabile. Una volta completata la stampa, tramite corriere, il prodotto finito arriva direttamente all'indirizzo scelto dal destinatario. Questo sistema coniuga armonicamente una gestione moderna del lavoro e il contatto diretto che si può avere in un piccolo laboratorio artigianale e ha fatto sì che il modello Gescom sia stato imitato e studiato nell'ambito del marketing come un sistema efficace e soddisfacente. Con la crisi economica e tutte le difficoltà a essa collegate, la Gescom ha dovuto arrestare la propria crescita e puntare al mantenimento del proprio standard e del proprio organico. Tutta via, Sandra Paolucci spera che potrà presto tornare a investire in nuove macchine e migliorare la comunicazione pubblicitaria.

INTERVISTA A Happycentro

di Guendalina Fazioli

Li avevamo incontrati nel primo numero di Insight, da allora li abbiamo tenuti d'occhio, seguendo il loro percorso e i loro lavori, i quali riescono ogni volta ad impartirci un'importante lezione di visual design, ovvero che: non può esistere nel nostro mestiere un'estetica fine a sé stessa. La loro capacità di far convivere l'handmade e le tecnologie digitali, ci pone di fronte un esempio di etica professionale troppo spesso accantonata nel settore: dietro ogni buon lavoro c'è lo studio e la ricerca, la capacità di saper ascoltare e di ascoltarsi, c'è la coerenza di rimanere fedeli a sé stessi e il coraggio di affrontare nuovi territori, c'è l'umiltà di imparare ogni giorno. Dietro tutto questo c'è Happycentro, e dietro Happycentro ci sono Federico Galvani, Federico Padovani e Anna Rodighiero, che hanno risposto ad alcune domande.

Happycentro è nato nel 1998, da allora nello studio sono susseguite diverse personalità e professionalità. Come ogni "migrazione", questo crea arricchimento ma anche destabilizzazione. Nonostante ciò, siete riusciti a mantenere una chiara cifra stilistica pur spaziando, nel tempo, in ambiti sempre nuovi. Qual è, secondo voi, l'aspetto fondamentale per riuscire a lavorare in team?

Spesso raccontiamo come lo studio sia nato un po' come nascono i gruppi musicali: sui banchi di scuola, da giovanissimi, tra amici. Poi si cresce e mentre si forma il professionista, si sviluppa l'individuo, la persona.

Le crescenti istanze del secondo hanno sempre priorità sul primo. Strada facendo si mette meglio a fuoco chi siamo, cosa vogliamo diventare, cosa no e come vogliamo raggiungere questi nostri obiettivi.

Ognuno con i propri tempi e le proprie modalità.

Il percorso di crescita ti porta quindi a prendere delle decisioni, spesso eccitanti, talvolta dolorose.

Credo che questo percorso abbia a che fare con la ricerca della propria identità, che per un designer è cosa seria, non disgiunta dal professionista.

Per quanto riguarda Happycentro, è stato facile in qualche modo rimanere fedeli a noi stessi, perché il progetto era meticcio sul nascere. Da subito si è fondato sulla valorizzazione delle differenze, piuttosto che la definizione di uno "stile" finito e riconoscibile. O meglio, lo stile se c'è è da ricercare nell'approccio alla progettazione e non necessariamente nell'output finale.

In questo modo, è stato - credo - facile per chi ha condiviso un pezzo di strada con noi, inserirsi con la propria personalità, aggiungendo un tassello che ha portato valore.

È successo talvolta anche con qualche tirocinante talentuoso. Se si crea intesa, anche semplicemente nel gioco, si creano le basi per un'interazione creativa che può diventare progetto. Di fatto, il nome stesso Happycentro, viene in qualche modo da lì.

La ricetta per lavorare in team credo sia o debba essere la sintonia, prima personale e poi professionale.

Se non scatta, se non scatta fino in fondo o se viene meno nel tempo, le cose non funzionano.

I vostri lavori sono perlopiù contraddistinti da questa "digitalizzazione" del craftwork e dell'handmade. Al di là del gusto estetico, quanto incide in questa scelta la vostra cultura personale e territoriale?

Oggi l'approccio analogico sembra vedere una nuova giovinezza. È sicuramente frutto più di una controcultura che di una moda. La sovraesposizione digitale - che garantisce servizi efficienti - produce allo stesso tempo la voglia di tornare a sporcarsi le mani. Oggi possiamo potenzialmente replicare all'infinito un artefatto, la tecnologia ci mette a disposizione strumenti per farlo molto accessibili. Allo stesso tempo si riscopre il fascino del gesto manuale: incerto, inesatto, irripetibile. Noi sguazziamo dentro questa fascinazione da sempre. Tutti noi, in un modo o nell'altro, prima che in Happycentro, avevamo l'attitudine a dare forma alle cose usando le mani (che sono e certo rimarranno, ancora per un po', la migliore interfaccia grafica con il nostro pensiero).

Non è solo una questione di estetica, è una pulsione direi, ci si sente affini a un certo tipo di approccio progettuale… che forse ripetendomi, assomiglia molto al gioco.

Le condizioni di contesto sono sempre determinanti, lo sono sull'individuo, non possono non esserlo sul professionista. Io per esempio mi diverto tanto a utilizzare la plastilina perché la mia maestra d'asilo Laura era un drago nel modellare e mi ha passato questa passione.

Per tener fede al vostro stile pur lavorando con committenze e strumenti diversi, come affrontate la progettazione di un nuovo lavoro?

In qualità di progettisti e non di artisti quindi, in primo luogo pensiamo che debba essere il progetto stesso a pretendere una soluzione adeguata. La cosa da trovare è la soluzione progettuale al problema di comunicazione che viene posto; e dev'essere quella giusta, possibilmente la migliore possibile date le condizioni poste, la soluzione tagliata su misura.

Questo per dire che non è lo stile che si va cercando di alimentare, laddove per stile si intenda un'estetica codificata in partenza. Ci piace invece pensare di nascondere lo stile tra le pieghe dell'approccio progettuale, cioè delle mosse che ci portano alla soluzione finale.

Poi questa può essere del tutto differente, nella sua estetica, da quanto fatto in precedenza. Anzi se così avviene, forse siamo anche più contenti. Ripeterci non ci diverte così tanto.

Se di "metodo" invece vogliamo parlare, questo forse sì, è un tantino più codificato e tentiamo di applicarlo ai diversi problemi di progettazione che ci vengono posti.

L'osservazione, l'indagine, l'analisi, la ricerca e lo studio delle soluzioni possibili, le prove, la sintesi finale. Questi alcuni passaggi chiave, col tempo è arrivato anche un po' d'istinto, che aiuta ad arrivare prima a una soluzione promettente.

Se doveste descrivere il vostro percorso come un viaggio, che tipo di viaggio sarebbe?

Un viaggio in poltrona forse. Senza mai muoversi troppo, forse in cameretta, forse in giardino. Penso a qualcosa di molto casalingo, familiare. Qualcosa di Salgari (per altro veronese di nascita), che descrive minuziosamente paesaggi e culture lontani ma senza allontanarsi troppo da casa. La curiosità di chi viaggia con la fantasia, forse per mancanza di arditezza, forse solo per semplice comodità.

Certo è che vuol essere un viaggio in buona compagnia, dove la socialità è di grande valore.

Che consiglio vi sentite di dare alle nuove leve del visual design?

Beh, non è facile, siamo ancora tanto alla ricerca, ma qualcosa penso si possa dire.

Facciamo un mestiere che ci offre, da una parte la straordinaria opportunità di mettere in ciò che facciamo qualcosa che rappresenti la nostra personalità e sensibilità; dall'altra abbiamo l'onere della responsabilità di farlo dignitosamente, con un approccio per quanto possibile etico, sapendo che ciò che produciamo, in un modo o nell'altro andrà potenzialmente a contribuire alla costruzione della cultura visiva collettiva.

ILLUSTRAZIONE SABINA KERIMOVA

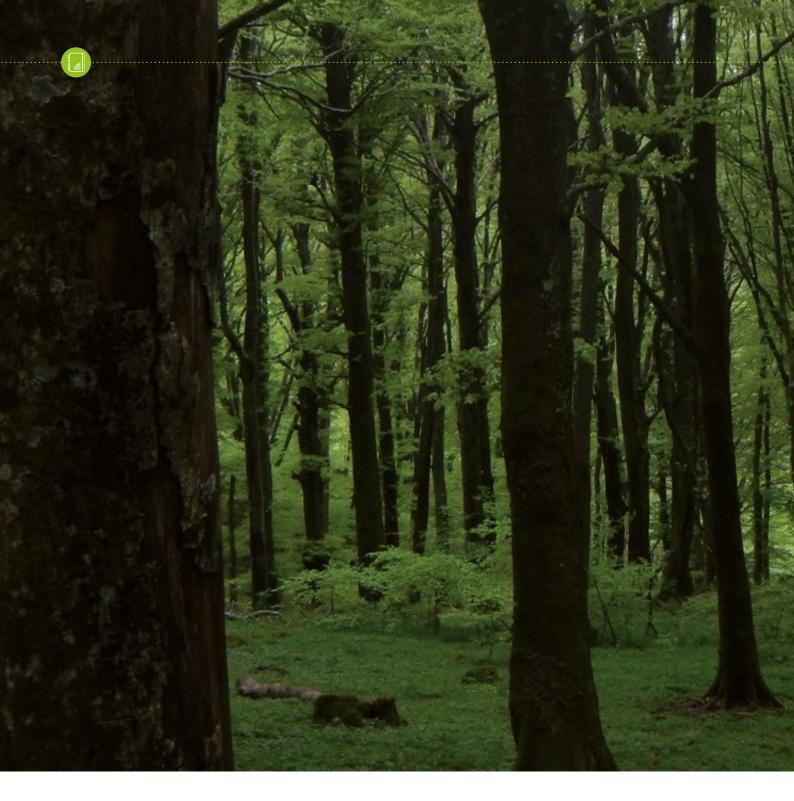
AMMAPPALITALIA

Marco Saverio Loperfido ha avviato un progetto di rivalutazione del territorio, digitalizzando i percorsi degli antichi sentieri della provincia viterbese e invitando gli escursionisti di tutta Italia a riscoprire mulattiere e strade di campagna.

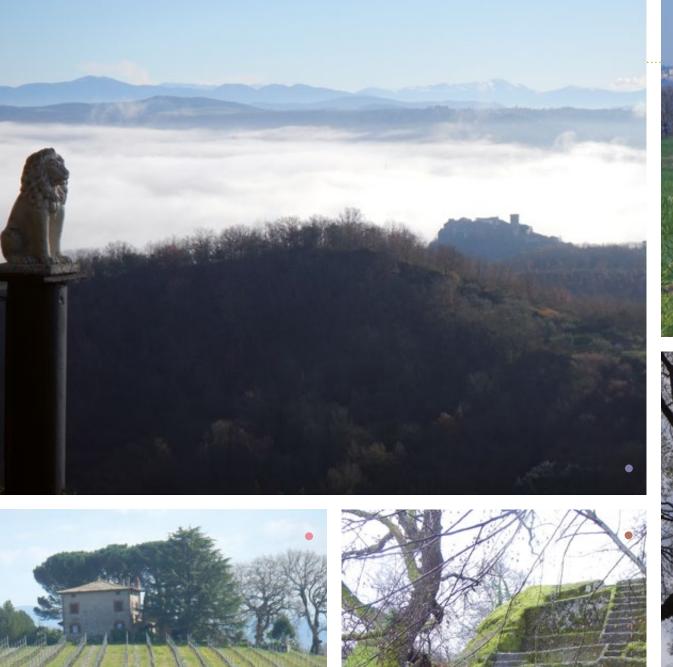
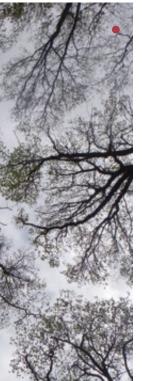
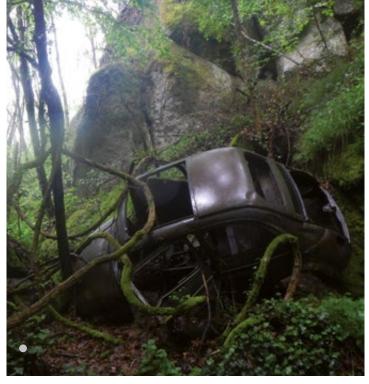
di Anjala Testacuzzi

Abbiamo incontrato Marco Saverio Loperfido in un pomeriggio d'agosto. Già durante il viaggio in treno, Marco ci ha svelato la sua passione per il paesaggio e per le strade bianche, le mulattiere e i sentieri che penetrano il verde della campagna laziale. "Ogni stradina che vedevo passando in macchina per la provincia viterbese era l'incipit di una storia. Percorrere i sentieri sterrati è stato come scoprire la trama di un racconto. Ho scoperto che conducevano sempre a un mulino, a un paese, o a un casolare, intersecandosi tra loro. Mi sono reso conto che a fianco delle autostrade e delle superstrade vi era un'infinità di strade secondarie molto belle da percorrere a piedi. Registrare e mappare il loro percorso avrebbe significato riscoprire la viabilità tradizionale italiana".

Proprio con questo spirito, quattro anni fa, è nato il progetto *Ammappalitalia*. Nome dal doppio significato che indica sia la mappatura dei percorsi, sia l'esclamazione che il viandante si concede scoprendo le bellezze nascoste della campagna italiana. Da subito Marco ha pensato che questo dovesse essere un progetto collettivo: il compito di ritracciare i sentieri è degli abitanti del luogo, che li percorrono abitualmente e che agiscono in maniera autonoma. Chiedendo informazioni circa le prime strade affrontate, ha scoperto un vasto gruppo di camminatori, ciclisti e contadini che hanno accolto entusiasticamente il suo progetto. Questa condivisione è però possibile solo con il web. Marco si è quindi rivolto a un'agenzia che ha messo in piedi un sito ricchissimo e un'applicazione Itunes, in cui si possono seguire tutte le attività promozionali del progetto e, soprattutto, condividere i percorsi

mappati dagli utenti. Una volta registrato sul sito, il "*Mappatore*" può scaricare e interagire a 360° con il sistema. Le indicazioni che ogni mappatura, per essere completa e pubblicabile, debba contenere il tracciato GPS, una descrizione obiettiva e chiara del percorso e delle foto che segnalino i punti salienti. Inoltre, il *Mappatore* deve indicare la durata in termini di tempo e chilometri, la difficoltà e le varie possibilità di percorribilità (a piedi, in bici, a cavallo). Una volta pubblicata, la mappatura può essere modificata in qualsiasi momento dagli altri *mappatori* che già conoscono il sentiero o che vi hanno trovato differenze una volta affrontatolo di persona. In questo modo l'operazione è accurata e precisa. Grazie agli smartphone, questo procedimento è veramente facile e comodo. Lo stesso Marco, durante la mappatura della Tuscia, ha utilizzato il proprio cellulare, registrando il suo percorso tramite GPS e il registratore vocale per la descrizione della strada. Si è inoltre aiutato con la cartografia classica di riferimento e le informazioni raccolte dalle persone del posto. La tecnologia è un grande vantaggio, tuttavia il progetto non può esaurirsi su internet. C'è bisogno di un costante dialogo tra il territorio e il viaggiatore che poi pubblicherà il suo percorso. Oltre all'uso del navigatore, che può distrarre dal percorso, l'escursionista ha a disposizione una descrizione visiva, consultabile anche solamente ai bivi, dando così la possibilità di godersi il paesaggio e di vivere al meglio l'esperienza del percorso, in maniera più profonda. Il progetto ha avuto un grande successo tra gli appassionati del trekking, e presto sono iniziate ad arrivare mappature di altre regioni italiane, tanto da far indire a Marco un concorso per "*migliore ammappatore*" e nominare il vincitore responsabile regionale, in modo da rendere autonomi e propositivi i vari nuclei territoriali. Grazie alle attività collaterali che prevedono escursioni collettive, spettacoli teatrali e iniziative divulgative, *Ammappalitalia* ha iniziato una serie di collaborazioni con altre realtà associative che si occupano di promozione territoriale. Tra queste, quella con Wwoof Italia, la branca nostrana di un'associazione internazionale che promuove le fattorie biodinamiche. *Ammappalitalia* ha tracciato i collegamenti tra le varie fattorie che aderiscono al progetto e i borghi vicini, in modo da agevolare i ragazzi che decidono di scoprire le tecniche di allevamento e agricoltura ecofriendly direttamente sul campo.

Questo grande progetto collettivo nasce all'interno della Tuscia Viterbese, che Marco Loperfido ha mappato durante l'inverno del 2014. Prima della partenza effettiva, l'autore ha affrontato altri ottanta giorni molto intensi. "La preparazione è stata faticosa mentalmente, - ci racconta – perché li ho passati prendendo contatto con tutti i comuni per cercare ospitalità". " Mi ero prefissato di spendere il meno possibile, non potendo intraprendere un viaggio di due mesi interamente a mio carico." Intanto, per preparare il fisico, Marco si allenava percorrendo sentieri per quattro o cinque ore con lo zaino pieno di patate. "Non sono un'atleta di professione, quindi mi sono spaventato della reazione del mio corpo allo sforzo fisico; mi chiedevo cosa stessi facendo". "Mi sono buttato nel territorio con una laurea in Filosofia, l'unica preparazione che forse pensavo di avere era quella culturale, per interpretare ciò che vedevo in maniera analitica". Lo studio del percorso è stato un'operazione di cucitura di notizie e informazioni a macchia di leopardo da collegare insieme, un rebus da risolvere. Alcuni tratti erano conosciuti, molti altri sentieri erano completamente inesplorati. Marco ha dovuto ingegnarsi per capire come aggirare una rupe o scavalcare un fosso. "Mi sono scoperto appassionato di strade,

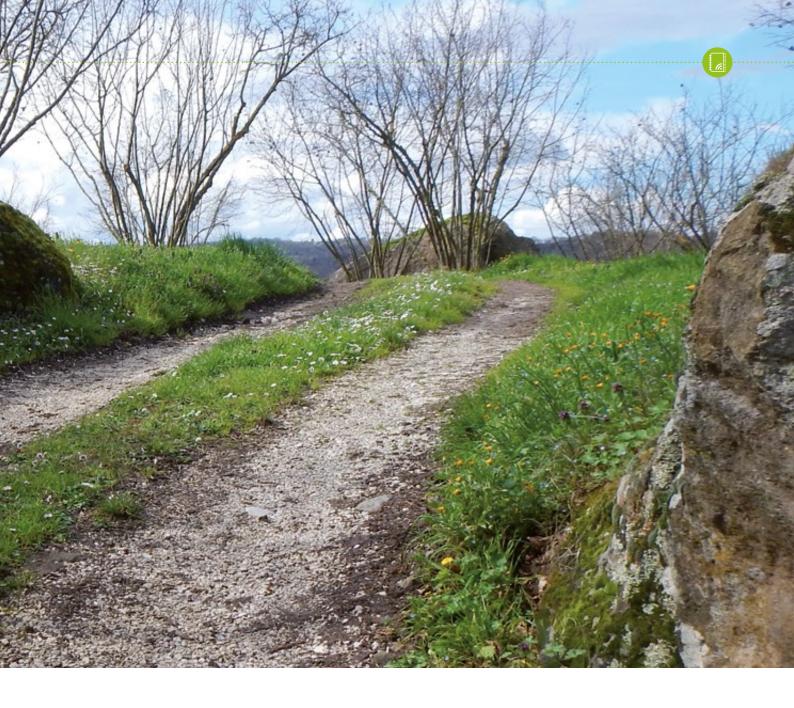
IL GIRO DELLA TUSCIA IN 80 GIORNI

che sono bellissime, una diversa dall'altra. Parlano di storie antiche e resistono a quelle nuove. È stato bello conoscere gente che condivide questa mia passione e che comprende l'importanza di questo progetto. La stessa visita del mio amico piemontese, che ha strappato tre giorni di ferie solo per poter passare qualche ora con me a camminare, mi ha dato una gioia immensa". Tuttavia, all'inizio, la possibilità di pubblicazione non era prioritaria. È stato grazie alla conferenza stampa, organizzata prima della partenza, che l'idea è diventata un progetto concreto. Loperfido non voleva intraprendere un viaggio in solitaria, ma conoscere più gente possibile da coinvolgere in questa sfida. Durante la conferenza, tra le varie istituzioni, giornalisti e curiosi, c'era anche la casa editrice Annulli Editori, di Grotte Santo Stefano, con cui aveva già lavorato pubblicando il romanzo *Claude Glass*. All'editore è piaciuto molto lo spirito del progetto (la casa editrice si occupa di pubblicazioni turistiche all'interno del territorio viterbese) e ha deciso di finanziarlo. In seguito Annulli ha proposto a Marco la pubblicazione del resoconto del viaggio, pensando che potesse diventare una guida turistica del viterbese, che comprende 800 km difficilmente percorribili perché la cartografia delle strade non è stata mai aggiornata.

Il libro, molto curato, è composto da vari elementi: ci sono le descrizioni del percorso intrapreso, le introduzioni, le didascalie, le foto, alcune pagine del diario personale di Marco e le indicazioni tecniche, presenti anche sul sito. Questi elementi costituiscono vari modi di lettura indipendenti l'uno dall'altro: come guida pratica, o leggendo le riflessioni che l'autore annota sul proprio diario, oppure semplicemente godendosi i paesaggi ritratti nelle foto. In copertina troviamo una fotografia macro di un gruppo di chiocciole su un rametto. L'animaletto rimanda all'idea di lentezza, ma anche alla chiocciola elettronica, quindi al web, e alla spirale, che suggerisce la forma del percorso intrapreso. "Purtroppo però il messaggio non è passato, mi dicono spesso che assomiglia a un libro di gastronomia!" Scherza Loperfido. Il Giro della Tuscia non è servito solo a scoprire le bellezze nascoste del territorio, ma ha dato molti spunti di riflessione al nostro filosofo camminatore. "Mi sono accorto che quella del viaggiatore è la condizione zero dell'essere umano" riflette Marco. "Camminando si ritrova una condizione naturale, s'incontrano persone e ci si scambiano momenti profondi, si può ammirare il paesaggio. Camminare per molti chilometri al giorno risolve le duplicità e le scissioni personali: mente e corpo, fame e fatica, ritrovano una loro unione che nella vita quotidiana risultano a volte scollegate. Durante il viaggio ho dovuto dedicare tutto il giorno, tutti i giorni, solo al progetto, tra il cammino effettivo, la mappatura e gli incontri organizzati, che hanno avuto un buon riscontro. Mi ha messo in pace con me stesso."

Marco si sente profondamente cambiato, e non vede l'ora di rimettersi in cammino. " Ho scoperto un me stesso migliore, più solido. Camminare setaccia i pensieri e scopri cosa è più importante e cosa meno. È stato terapeutico per concludere una relazione. Mi rendo conto che se fossi rimasto a casa, il tutto sarebbe stato più doloroso. La vita stanziale, come dice Bruce Chatwin, non fa bene, perché ti fa concentrare solo su te stesso. Per quanto riguarda fatica fisica e ricerca filosofica, è successa una cosa che non mi aspettavo: ero diventato primitivo, anche nei pensieri. È stato bello: parlavo diversamente dopo cinquanta giorni di cammino. Ho imparato a distinguere il fruscio dei serpenti da quello delle lucertole. Il rapporto con il corpo era diverso, avevo meno paura". Per andare da Montalto di Castro alla piccola frazione di Chia occorre un'ora di macchina: Marco ci ha impiegato un mese. La concezione del tempo si era stravolta, slegata dalla comodità e dalla rapidità. Allo stesso tempo si è scoperto metodico e marziale, ha capito che non esiste l'ispirazione, né il mito del grande esploratore che intuisce tutto. L'esperienza che si accumula camminando si stratifica e diventa conoscenza istintiva. Si diventa saggi, s'interpreta il tempo atmosferico e si sa distinguere una strada percorribile da una che non porta a niente. Tuttavia questo non significa diventare infallibili. Bisogna essere costanti, allenarsi ogni giorno, studiare bene il territorio che andiamo a esplorare. Il consiglio che dà Marco è di essere prudenti e fare meno tappe possibili in solitaria, in modo da affrontare i percorsi in maniera responsabile e sicura.

UN ORIZZONTE LONTANO E SPLENDIDO

Come abbiamo già detto, Marco non vede l'ora di mettersi di nuovo in cammino. A breve partirà con la compagna e il loro cane per un viaggio di un mese alla volta della provincia di Terni. Pubblicherà il resoconto con il titolo *Umbria, passaggio a sud ovest*, sempre con Annulli Editore. Il fatto che i percorsi saranno numericamente di meno, consentirà al nuovo volume di essere più agile e quindi di ospitare le mappe che saranno tracciate dai tre viaggiatori. Questa volta, il centro della riflessione personale sarà il rapporto che s'instaurerà con il cane e la natura selvaggia. Pian piano, come sognava, Marco sta mettendo su una collana. Non immagina di mappare nazioni estere, ma l'idea che un escursionista francese, o tedesco, o inglese possa riprodurre il modello di *Ammappalitalia* all'interno dei propri confini nazionali, lo renderebbe felice; poiché significherebbe che il messaggio dell'importanza di riappropriazione dei propri territori è stato condiviso.

Gli domandiamo se crede che questo modo di viaggiare lento e a contatto con la natura si diffonderà nei prossimi tempi, attirando più turisti. Marco ci risponde di sì, e aggiunge: "Non mi piace molto la parola 'turismo', anche se per pubblicizzare il progetto e far sì che cresca devo far leva su questo. *Ammappalitalia* non è nato per invogliare il turista tedesco o inglese a percorrere queste strade, ma per far riscoprire agli italiani il proprio territorio e permettere loro di innamorarsene, camminando a 4 km l'ora. L'Italia è un paese antico, paesaggisticamente complesso, molto variegato: con mare, montagna, laghi, vulcani, pianure e colline. È una sottile striscia di terra che si butta nel Mediterraneo. È stata vissuta attraverso il camminare, tutta la sua identità è costituita da questo modo di viaggiare. I paesi sono costruiti tutti a una ragionevole distanza percorribile a piedi, o a dorso di mulo, o a cavallo. Per capire l'Italia è necessario percorrerla a

piedi". Anche se il turismo non è una priorità, uno dei prossimi step del sito sarà quello di essere tradotto in inglese, perché, in fin dei conti, "Ben venga l'escursionista straniero che vuole percorrere queste strade anche al di là delle Alpi. I sentieri alpini sono ben segnalati e quindi possono essere percorsi in tranquillità e sicurezza, nell'Italia centrale questo non avviene". L'esito positivo delle mappature dei territori italiani può aprire una nuova stagionalità al settore turistico del centro Italia: come sappiamo le campagne in estate sono impercorribili per via del caldo, al contrario, d'inverno, si può praticare trekking in tutta tranquillità e godere di paesaggi molto suggestivi. Cosa che è impossibile fare al Nord. *Ammappalitalia* nasce proprio per ridare linfa al territorio. È solo esplorando le proprie campagne che si può notare uno scempio edilizio e denunciarlo, oppure tenere sotto controllo colline che potrebbero franare, o ancora scoprirne le potenzialità attrattive e invogliare le persone a visitarle. Il progetto di Marco non ha fini solamente ricreativi, è principalmente una chiamata alla responsabilità e alla consapevolezza della propria identità culturale, alla preservazione del bello, alla difesa dell'ambiente, all'orgoglio di sentirsi abitanti di una nazione culturalmente e paesaggisticamente così tanto ricca. Marco Loperfido ci lascia con una riflessione sui titoli che ha dato alle sue pubblicazioni: "Verne scrisse '*Il giro del mondo in ottanta giorni*' all'alba della globalizzazione. Gli uomini scoprirono di vivere in un mondo unito che poteva essere percorribile velocemente, anche grazie alle nuove tecnologie. Ho chiamato il mio libro '*Il giro della Tuscia in ottanta giorni*' perché credo che oggi si stia chiudendo quest'era, e spero che se ne apra un'altra in cui è possibile riscoprire che c'è il mondo all'interno del nostro territorio".

MARCO SAVERIO LOPERFIDO

Nasce nel 1976 a Roma. Si laurea in Filosofia presso l'Università La Sapienza e consegue il dottorato di ricerca in servizio sociale presso l'università di Roma Tre. Ha lavorato come documentarista e partecipa alle attività del laboratorio sul pluralismo culturale dell'Università di Roma Tre. Una volta trasferitosi nella provincia viterbese, si adopera nelle attività di associazioni culturali che promuovono in territorio e la riscoperta delle tradizioni. Nel 2014 pubblica il romanzo *Claude Glass* per Annulli Editori, in cui affronta il tema del rapporto tra l'uomo e il paesaggio naturale. Nel 2015, sempre per Annulli Editori, pubblica il resoconto della sua mappatura della Tuscia, *Il giro della Tuscia in ottanta giorni*, che rientra nel suo grande progetto *Ammappalitalia*.

Un viaggio di mille miglia comincia sempre
con il primo passo.

Lao Tzu

VETRINA TESI

ILLUSTRAZIONE JESSICA GRANDOLA

RETHINKING LITTLE WHITE LIES

testo e illustrazioni di ***Francesca Ceccarelli***

Il "remake" italiano della più interessante rivista indipendente dedicata al cinema uscita negli ultimi anni...

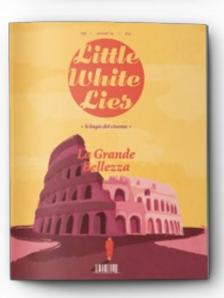
Prima di introdurre questo progetto di tesi, credo sia doveroso raccontare brevemente come e perché è nata questa idea.
Durante la mia esperienza in Accademia, ho partecipato a molte iniziative promosse dai docenti, e fra queste, la più significativa è stata di certo il progetto "Insight". Insieme a molti altri colleghi e con la supervisione di alcuni docenti, abbiamo formato una vera redazione e abbiamo lavorato duramente alla realizzazione del periodico, curando professionalmente gli impaginati, le illustrazioni, la tipografia, i testi, ecc.
È stato a questo punto che ho approfondito il mio interesse iniziale per le riviste e, più in generale, per i prodotti editoriali. Questo non vuol dire apprezzarne solamente forma o qualità grafica, ma comprendere anche il ruolo del progettista, che si esprime nello scegliere come trasmettere le informazioni ad un pubblico più o meno ampio.
Parallelamente al mio interesse per l'editoria, ho portato avanti anche la mia passione iniziale, l'illustrazione, e ho sperimentato autonomamente vari stili e tecniche.

All'incirca in quel periodo venni a conoscenza di *Little White Lies*, un magazine inglese di cinema interamente illustrato: ne ho subito apprezzato l'originalità e la cura nell'impostazione dei layout grafici abbinati all'eccellente gusto dell'illustrazione utilizzata. Ogni numero si concentra su un singolo film e questo non avviene solo a livello contenutistico, ma anche a livello grafico. Sebbene la struttura del magazine rimanga invariata, lo stile grafico e il

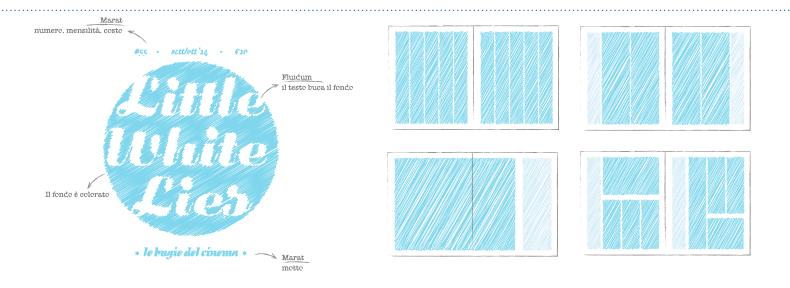
Inquadra il QR code per guardare il video "Remaking of Little White Lies"

design cambia continuamente e prende spunto, anch'esso, dal film stesso.
Iniziai a maturare l'idea che potesse far parte del mio progetto di tesi, poiché riassumeva tutte le mie passioni in un unico prodotto. È nata così l'idea di realizzarne una versione alternativa, adatta ad un pubblico italiano.
Nonostante abbia apprezzato questo prodotto fin dal principio, con il tempo ho iniziato ad analizzarlo più nel dettaglio e ho constatato che, nonostante la grande originalità, nella progettazione ci sono molti aspetti sottovalutati.

Little White Lies è una rivista pensata per un pubblico inglese, che certamente si differenzia molto da quello italiano. Chiaramente nella cultura visiva: non è un caso, infatti, che i primi periodici illustrati siano comparsi proprio in Inghilterra, dando seguito ad un filone che successivamente ha preso piede anche nel resto del mondo. In generale, la produzione grafica inglese, ha conservato nel tempo uno schema e delle regole compositive rigide, che ne hanno determinato una particolare riconoscibilità. La scelta tipografica, infatti, risente molto di questa rigidità e comprende una selezione ridotta di caratteri, per lo più bastoni.
Il mio obiettivo, quindi, è stato quello di apportare delle lievi ma influenti modifiche, senza alterare il suo livello qualitativo e l'originalità del progetto, per adeguare questo prodotto al nostro mercato e al nostro pubblico.
Ho rivisto la scelta tipografica ed ho cercato di gestire i contenuti in maniera più dinamica e piacevole, progettando una gabbia più flessibile e modulare. Una volta delineati questi punti, non mi restava che decidere il film a cui dedicare il mio "numero 0".
La pellicola che ho scelto è *La Grande Bellezza*, il film premio Oscar di Paolo Sorrentino, che ho apprezzato fin dalla prima visione e che rappresenta la parte più personale e soggettiva della mia tesi perché è il racconto di un viaggio emotivo e di una crescita interiore.
Ma c'è di più, perché *La Grande Bellezza* lancia svariati spunti di riflessione su molti aspetti che

I due concept delle cover nelle tre rispettive varianti cromatiche

La Grande Bellezza *offre spunti di riflessione su molti aspetti della nostra società: la perdita dei valori, la ricerca della spiritualità, la chiave della nostra esistenza*

riguardano la nostra società, come la perdita di valori, la ricerca della spiritualità, il valore dell'arte, il valore della nostra esistenza.
C'è ironia, satira, vita, morte, depravazione, spiritualità, rassegnazione e riconquista della propria identità. Inoltre, è un film che parla dell'Italia o meglio dell'"italianità", se così si può dire, e quindi quale modo migliore per introdurre una versione italiana di un prodotto straniero, se non parlando del nostro Paese?
In fondo, anche una rivista racconta una storia – a tratti più suggestiva, a tratti più lenta – ed è per questo che ho provato a raccontare il mondo di questo film, attraverso testi e illustrazioni.
A questo punto ho scritto e/o rielaborato alcuni articoli che approfondissero le tematiche principali del film e ho realizzato delle illustrazioni ad-hoc, cercando di creare un mood diverso per ogni servizio. Anche le aperture di sezione sono interamente illustrate e ripropongono alcune scene del film in cui Jep Gambardella – il protagonista – passeggia da solo per le strade di una Roma desolata.
La cover ha avuto una lavorazione diversa, infatti ho realizzato due differenti illustrazioni con lo stesso stile e ho selezionato tre palette di colori, creando diverse varianti cromatiche. Una variante sui toni freddi che richiamano la notte, un'altra sui toni caldi del tramonto, e infine, i toni chiari e aranciati dell'alba: sono i tre momenti in cui è girato *La Grande Bellezza*.
In tutte le versioni appare il personaggio di Jep Gambardella e il Colosseo, il monumento su cui si affaccia l'attico del protagonista. Nel primo concept la prospettiva del visual è presa dal basso creando una composizione a "V", all'interno della quale si collocano la testata e lo strillo. Il codice a barre è posizionato in basso a sinistra in una zona non invasiva ma leggibile.
La composizione della seconda proposta, invece, è più simmetrica, ma genera anch'essa una "V" ribaltata che contiene allo stesso modo gli elementi della cover; in questo caso è stato possibile posizionare il codice a barre sotto la figura di Jep, in posizione centrale, così da dialogare in modo interessante con l'illustrazione.
Il progetto ha ricevuto degli ottimi feedback e poche settimane dopo la discussione della tesi è stato recensito dal blog *Frizzifrizzi*, un magazine online di cultura pop, che poco più tardi lo inserisce nella top 10 dei migliori magazine del 2014.

Nella pagina accanto: in alto, alcuni studi sul logotipo di testata e sulla gabbia; in basso, alcuni interni della rivista

About me...

Francesca Ceccarelli
Graphic designer e illustratrice
francesca.ceccarelli@hotmail.com / *behance.net/FrancescaC*

* (*magazine / tesi*)

Indigo

È necessario che per introdurre questo magazine da me ideato e progettato, faccia delle premesse essenziali per permettere al lettore di comprendere da dove è nata questa idea. Durante il mio percorso accademico durato tre anni ho avuto modo di approcciare in maniera teorica e pratica a vari campi che riguardano la comunicazione visiva e la grafica nell'editoria, partecipando anche a numerose iniziative, mostre e progetti creativi di vario genere. Il mio primo esame fu proprio quello di "Design per l'editoria" e non immaginavo assolutamente che avrei approfondito poi questo argomemto a livello lavorativo e di tesi di laurea. Nonostante la forte passione per tutte le discipline affrontate nel corso di studi, tra le quali: Illustrazione, Progetttazione grafica, Video editing, Fotografia, Graphic design e molte altre, ho capito durante il percorso che il filo conduttore di tutto ciò che volevo fosse poi il mio lavoro era la fotografia. Da fotografa e anche da buona lettrice ho sempre avuto modo di notare come nel mercato ci sia carenza di prodotti editoriali ben progettati e studiati e che, soprattutto nel nostro paese c'è molta poca cultura visiva. Dopo aver riflettuto a lungo ed averne discusso con il mio relatore e con varie persone ho pensato: "perchè non provare a cambiare qualcosa?". Così nasce *Indigo, dalla mia attitudine e passione per la fotografia che applicata al campo dell'editoria è volta a creare un prodotto editoriale nuovo, progettato con attenzione, gradevole e ricco di contenuti importanti.
Interessandomi molto durante questi anni al campo dell'editoria ho notato che in Italia è sempre più evidente l'assenza di prodotti editoriali riguardanti la fotografia che siano interessanti, ricchi di contenuti e progettati consapevolmente. Molto spesso all'estero si trovano magazine con una composizione grafica interessante, ragionata ed adatta al target a cui sono rivolti mentre ancora nel nostro paese vengono trascurati molti aspetti della progettazione grafica lasciando alla deriva ogni elemento della pubblicazione, trascurando l'importanza dell'uso corretto della tipografia, del taglio fotografico, della gestione dei contenuti e della loro impostazione grafica. Questo magazine è allo stesso momento leggero e pulito a livello visivo ma ricco di contenuti sostanziosi a differenza di molti altri che presentano pubblicità in quantità enormi e contenuti tecnici molto monotoni. Con *Indigo il mio obiettivo è quello di portare in Italia un prodotto editoriale fotografico fresco, nuovo, appetibile ad un target di persone sempre più ampio e valorizzato nell'aspetto del design attraverso un lavoro accurato ed approfondito di composizione, progettazione e comunicazione visiva. Per me è fondamentale che *Indigo sia un prodotto di qualità, originale e di ricerca continua, che racconti una storia, che racconti di qualcosa di molto importante e che faccia passare attraverso il lettore sensazioni ed emozioni vere e che lo sensibilizzi alla divulgazione di tanti argomenti che ~~attraverso la fotografia~~ trovano il modo di venire alla luce con un forte impatto.

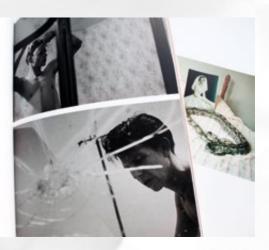
Alessia Epifani

(questo numero parla di...)

Il numero 1 indaga i territori del corpo, il corpo come "totale" mezzo di comunicazione e di trasmissione delle emozioni, il corpo che dialoga insieme alla parola o da solo nella sua assoluta assenza. Il corpo però non è soltanto quello che ci portiamo addosso, quello che è il nostro "essere presenti". Qui si parla anche della "presenza dell'assenza del corpo", ovvero la traccia che lascia, il segno del suo passaggio? Cos'è veramente il nostro corpo? Un mezzo? Una trappola? Un perché? Un pieno o un vuoto? Un sogno lungo anni o un'inspiegabile realtà?

* *A tutti quelli che, "non serve spiegare"*

(un sedicesimo/oggetto interno al progetto)

* *(che diventa anche manifesto)*

(interni)

* *(quante volte ho distrutto e ricostruito...)*

* *(questo magazine è realmente il mio lavoro)*

* *(gli articoli non li ha scritti nessuno per me)*

* *(questo magazine è un grande impegno sociale)*

Non è *solo* un RICETTARIO

Lab Noon, The Cookbook, progetto finale della Specializzazione di Grafica e Fotografia

di

SAGHAR SETAREH

Lab Noon, the Cookbook, è l'estensione cartacea di un progetto online. Il sito di Lab Noon - nonché il blog di cucina - nacque in gennaio 2014 dall'unione dell'interesse verso il mondo culinario e la curiosità per la fotografia di "Food & Life Style"; il tutto amalgamato dalle pratiche essenziali del web design. Fu messo online in giugno dello stesso anno.

Lab Noon, prima di essere un blog, è un brand. Rappresenta movimenti culturali fluidi. È il punto di vista di una giovane donna che viene dal medio oriente (Iran), si è trasferita nel mediterraneo e ha una vasta conoscenza delle tendenze anglosassoni e/o internazionali nel mondo dell'alimentazione. Perciò, Lab Noon offre uno sguardo fresco alle ricette e alle immagini maggiormente ispirate dal medio oriente, che hanno attraversato il mediterraneo e chiunque al mondo le può provare.

Il nome "Lab Noon" nasce dalle esigenze di un blog in tre lingue (inglese, italiano e persiano). Un nome che sia facile da pronunciare e ricordare in tutti e tre gli idiomi. *Lab*, un laboratorio dove creo (non solo) dei piatti, e *Noon*, perché oltre a significare letteralmente la parola *mezzogiorno* in inglese, vuol dire anche *pane* in persiano. Quest'ultimo, è anche il motivo della forma solare che appare nelle diverse variazioni del logo. La forma dello stesso, è ispirata alla calligrafia a mano libera. È giocoso, libero e dinamico proprio perché deve comunicare l'idea del trasportarsi facilmente.

Lab Noon parla di sentirsi a casa. Non solo fisicamente o geograficamente. È uno stato d'animo. È quel profumo che si sente dal forno che ti fa venire l'acquolina in bocca. È il sole caldo che ti inonda il corpo quando ti addormenti sul divano nel pomeriggio. È il suono dello strappare della carta di un regalo fatto a mano. È il sentimento effervescente del lavorare l'impasto, la sacralità del grano e il suo matrimonio beato con l'acqua. Così semplice, così essenziale, come un antico cibo: Il pane.

DAL SITO WWW.LABNOON.COM/IT/CHI-SONO/

Il “ricettario” è stato ispirato dai progetti editoriali sul web come *Kinfolk Magazine, Cereal, Chickpea Magazine, Life & Thyme,* etc. che successivamente si sono evoluti in comuni periodici in formato cartaceo. E anche dai blog di cucina ed artigianato con una cura particolare verso i dettagli - soprattutto la fotografia - che sono stati pubblicati come libri ad elevato valore artistico, non solo per la qualità dei contenuti, ma anche per un taglio di design editoriale adatto a una nicchia specifica di lettori.

Il criterio per la fotografia - e scrittura del post sul relativo blog - è quello dello *Slow Living*: lento, analogico e artigianale. Lo Slow Living non è interessato solo alla portata culinaria in sé o al prodotto finale, ma è importante la realizzazione, il luogo e i protagonisti che lo creano.

La fotografia ha il compito dello storytelling e quindi deve raccontare una vera e propria storia, oltre a raffigurare semplicemente un prodotto. Questo progetto è stato anche un esercizio interessante nell’ambito del design editoriale.

Vorrei cimentarmi ulteriormente nell’ambito editoriale, in situazioni collaterali, per misurare le capacità acquisite in questo percorso e, soprattutto, per migliorarmi ed entrare quanto prima in un ambiente professionale.

Creare il mio *cookbook*, curare ogni dettaglio: dalla cucina alla fotografia, dal design all'impaginazione, è stato il sogno portante di questo progetto. Spero che con il giusto impegno e le strategie adatte, questo libro, che oggi è solo un prototipo, possa essere preso in considerazione per una eventuale pubblicazione.

SAGAHR SETAREH
WWW.LABNOON.COM
SAGHAR@LABNOON.COM
TWITTER | INSTAGRAM @LABNOON

XERXES

Le fotografie presentate con il titolo "Per amore e per lavoro" sono risultate vincitrici del concorso fotografico internazionale "I love my work", promosso da SNFIA Arte in collaborazione con AMREF. Questi sei scatti sono stati il prologo di un più ampio progetto fotografico, sviluppato successivamente, "L'ipotesi di Martha, storie felici di mestieri e desideri". È il racconto delle storie di vita di chi decide di mettersi in gioco per fare della propria passione il proprio lavoro, esprimendovi appieno il proprio talento, inventandolo ogni giorno e trasformandolo in un beneficio collettivo.

I testimoni di questa narrazione delle possibilità non sono persone "speciali". Luigi, Xerxes, Enzo, Lorenzo, Carmela, Vinicio e Terry sono i volti che si sono imposti al concorso "I love my work"; Luigi ha sempre nutrito la passione per le stelle ed oggi è un affermato astrofisico. Xerxes, arrivato da Cuba in Italia, oggi espone in prestigiose gallerie del mondo i suoi splendidi gioielli, in cui materiali di riciclo si uniscono a pietre e metalli preziosi. Enzo ricorda che già da bambino lavorava il legno: non fa il falegname, lui è un falegname. Lorenzo, ancora non ha trent'anni, si sta diplomando al Conservatorio e già partecipa ad importanti orchestre, in giro per il mondo, suonando il suo bassotuba. Carmela, ancora studentessa universitaria, si è addentrata in una ricerca tra le relazioni profonde

“Il Prodotto Interno Lordo non può essere un indicatore della condizione di felicità di un Paese; la felicità insieme alla libertà, alla salute, all’istruzione va necessariamente considerata un importante indicatore economico”

AMARTYA SEN
(Premio Nobel per l’economia nel 1998)

e tutte da scoprire, tra mente e cervello: oggi è una stimata docente universitaria e tra i pochissimi esperti mondiali di questa materia. Vinicio è un tenore del Teatro dell’Opera di Roma, canta da quand’era bambino ed ha condiviso la sua crescita professionale, densa di emozioni, con Terry, sua moglie.
La ricerca fotografica ha preso le mosse dai versi della scrittrice brasiliana Martha Medeiros “Lentamente muore”: “Lentamente muore chi non capovolge il tavolo quando è infelice sul lavoro, chi non rischia la certezza per l’incertezza, chi rinuncia ad inseguire un sogno, chi non si permette almeno una volta di fuggire ai consigli sensati”.
Incrociando filoni di studi economici e sociologici, sulle tracce della fotografia sociale, sono nati gli incontri con queste persone.
La quasi totalità dei protagonisti riferisce di aver ri-conosciuto la propria passione già durante l’infanzia. In alcuni casi hanno tentato di intraprendere altre carriere per poi decidere di dare spazio all’originario interesse, traendone soddisfazione e appagamento.
In una minoranza di esperienze la scoperta del proprio talento è avvenuta più avanti. Alcune di queste persone avevano già intrapreso altre strade e questa “rivelazione” ha determinato l’abbandono di professioni già consolidate.
In tutti i casi, l’aspetto dell’arricchimento economico non ha condizionato coloro che hanno scelto di assecondare le proprie attitudini e tentare di realizzarsi esercitando il lavoro dei loro sogni. Pertanto, la valutazione ex post della scelta operata, da parte di queste persone, è marcatamente positiva.
Amartya Sen, economista indiano e Nobel per l’economia nel 1998, dimostra che il Prodotto Interno Lordo non può essere un indicatore della condizione di felicità di un Paese; la felicità insieme alla libertà, alla salute, all’istruzione va necessariamente considerata un importante indicatore economico. Ebbene, Sen lega la condizione di felicità al “fare”, ossia la possibilità per tutte le persone di ottenere, attraverso le proprie quotidiane attività, le condizioni più idonee alla propria realizzazione. Il well-being, cioè ben-essere, con il reddito pro-capite e il PIL c’entra poco: infatti, il ben-essere non è ben-avere e la qualità della vita delle persone e della comunità è intimamente connessa a ciò che ognuno fa e può fare.

ENZO

TERRY & VINICIO

CARMELA

ACARPHAGE
50 mg compresse
LODOZ
2,5 mg/6,25 mg compresse
ADROVANCE
70 mg compresse
EUTIROX
50 mcg compresse
CETROTIDE
0,25 mg polvere e solvente
per soluzione iniettabile
CRINONE
gel vaginale
REBIF

SVCF

SISTEMA VISIVO DI CATALOGAZIONE DEI FARMACI

Tesi di Laurea in Grafica Editoriale // di Guendalina Fazioli

Il Sistema Visivo di Catalogazione dei Farmaci è un sistema composto da icone e colori che identifica le varie categorie di farmaci, e si pone come obbiettivo di guidare gli utenti verso un uso più consapevole e sicuro dei farmaci.

A tutti noi è capitato di assistere o di aver vicino una persona anziana o malata, di accumulare nel tempo scatole di farmaci di cui, a lungo andare, ne dimentichiamo l'utilità e l'azione peculiare, di non saper scegliere tra un prodotto e l'altro e affidarsi completamente al consiglio di un amico, all'estetica del packaging o, nel migliore dei casi, al farmacista.

Pensiamo a un infartuato che deve districarsi tra fluidificanti del sangue e diuretici o a un malato di cancro che prende farmaci antinausea per poter assumere sostanze chemioterapiche, ad un anziano che deve affrontare le problematiche legate alla sua età con un arsenale di pasticche, sciroppi e bustine, pensiamo all'apprensione di una madre nel somministrare medicinali ai suoi figli, ma anche a tutti quei farmaci che raggiungono le zone più povere del pianeta, le popolazioni in guerra o i centri d'accoglienza, e devono essere fruiti da persone di lingue e culture differenti: quanta consapevolezza abbiamo nei confronti delle sostanze che si assumono?

Se aprissimo un qualsiasi "sportello dei medicinali" di una qualunque famiglia italiana, ci troveremo davanti a un

Issuu

interview

making of

piccolo museo del farmaco, dove della maggior parte dei pezzi esposti si sono persi i dati fondamentali, per esempio a cosa serve. In questo modo si incorre in rischiosi accumuli di sostanze pericolose se non assunte correttamente, ma anche nello spreco spregiudicato delle stesse.

Scopo del progetto di tesi è la ricerca di un sistema visivo di catalogazione dei farmaci che faciliti l'interazione tra il medicinale e il suo fruitore, in modo da condurre quest'ultimo verso un utilizzo e un consumo corretto e soprattutto consapevole delle sostanze assunte o somministrate.
Tale ricerca non è una risposta definitiva o una soluzione alle problematiche esposte, piuttosto un primo passo verso un più corretto sistema informativo che lasci libera la persona di scegliere in base alle proprie conoscenze.

Il sistema di catalogazione proposto è costituito da icone abbinate a specifici pantoni; per certe tipologie di farmaci si è cercato di avvicinarsi iconologicamente e percettivamente ad un linguaggio visivo e cromatico almeno empiricamente codificato e assunto, in altre, meno note e più specifiche, ci si è attenuti alla peculiarità del medicinale facendo attenzione a differenziare in maniera netta la gamma cromatica, credendo che dalla fruizione ne nasca uno spontaneo riconoscimento.

Esempi di pack realizzati seguendo le norme generali dettate dal SVCF

SISTEMA DI COMUNICAZIONE
PER SCAMBIO DI SIMBOLI

PECS

di Letizia Loriga

SYSTEM

PICTURE

EXCHANGE

Parlare di autismo e comunicazione non è mai facile. L'autismo è un disturbo che mina profondamente e molto precocemente tutte le capacità evolutive di un bambino. Tra le tre aree più specificamente colpite quella della comunicazione, sia verbale che non verbale, risulta forse la più evidente.
Considerato che nelle persone affette da autismo i sistemi che elaborano le informazioni visuo-spaziali sono intatti, possiamo utilizzare ciò per compensare le carenze del linguaggio e della comunicazione più in generale.
Per questo motivo si consiglia un percorso educativo centrato ampiamente sulla visualizzazione poiché risulta molto più facile elaborare del materiale visivo piuttosto che una serie di lunghe e complesse istruzioni verbali.

Quando ero molto giovane, mi ricordo che il linguaggio sembrava non avere maggiore importanza degli altri suoni. Ho cominciato a comprendere qualche parola isolata quando ho potuto vederle scritte. Il suono delle parole era così confuso e la gente si aspettava che io comprendessi il linguaggio. Talvolta io so nella mia testa quali sono le parole, quello che voglio dire, ma finisco per confondere sempre i nomi di oggetti vicini, come "sandali" e "scarpe", "coltello" e "forchetta", "vestito" e "gonna".
Mi è difficile ripetere le parole con suoni similari. Le persone non sembrano affatto rendersi conto che quando parlano ci sono in ogni frase delle parole che faccio fatica a comprendere. Ma con un certo sforzo, posso arrivare ad indovinare queste parole, aiutandomi con il contesto della frase.

Questo brano, tratto da una lettera di una giovane autistica che non si firma, mette in evidenza le difficoltà fonologiche cui sovente vanno incontro le persone autistiche, anche di alto livello.

PACKAGING
QUADERNO DI COMUNICAZIONE
MANUALE
CARD PER LA COMUNICAZIONE
PECS
PECS

Le card di comunicazione

La comunicazione risulta essere ancora più difficile per quelle persone con disturbo autistico che non utilizzano il linguaggio verbale. Nello scambio comunicativo con tali persone è necessario usare un linguaggio concreto, rendere ciò di cui si parla chiaramente osservabile, se possibile tangibile o, se necessario, anche facilmente ripetibile, essere concisi ed essenziali, essere chiari nelle intenzioni e nei messaggi, presentare nuove informazioni in forma o stile prevedibile.

Il PECS si inserisce in questo contesto di difficoltà comunicativa. È un sistema di apprendimento di funzioni comunicative attraverso l'utilizzo di immagini.

Diverse ricerche dimostrano come il PECS aiuta l'acquisizione di abilità di comunicazione funzionali, incoraggia lo sviluppo del linguaggio, consolida comportamenti sociali appropriati e favorisce la diminuzione dei comportamenti problematici, poiché aiuta la persona ad esprimere le proprie necessità e richieste.

Il protocollo di insegnamento del PECS è basato sul libro di B.F. Skinner "Verbal Behavior[3]", per cui si insegnano sistematicamente le operanti verbali usando strategie di aiuto e rinforzo che porteranno alla comunicazione indipendente.

Il lavoro sviluppato in questa tesi consiste fondamentalmente nel rielaborare la parte grafica del manuale d'insegnamento del metodo PECS, del quaderno di comunicazione, delle card, e creare una veste grafica per una App per dispositivi mobili più coerente, innovativa e accattivante. Tale progetto nasce dalla volontà di dedicare un'attenzione particolare al fenomeno dell'autismo che risulta essere sempre in continuo aumento.

LE CARD

Le card sono un elemento fondamentale per la comunicazione con il metodo PECS. Grazie ad esse il bambino formula frasi e fa richieste. Esse solitamente hanno una base di cartoncino spesso, recante nella parte frontale l'illustrazione e la descrizione della stessa, mentre sul retro è posta una piccola striscia di velcro che consente al bambino di attaccarlo ai supporti fatti dello stesso materiale presenti nel quaderno di comunicazione.

Ho realizzato nove illustrazioni, concependo le card diversamente da quelle esistenti. Sul retro poi ho inserito un magnete che andrà ad attaccarsi alla striscia magnetica del quaderno di comunicazione che ho realizzato.

Ho scelto di inserire un magnete al posto del velcro poiché in tale modo le card sono più facilmente utilizzabili e meno esposte a usura. Il bambino avrà inoltre la possibilità di attaccarle su più superfici come ad esempio il frigo di casa, una lavagna magnetica, e formulare così le richieste anche in assenza del book stesso.

QUADERNO DI COMUNICAZIONE

Il quaderno di comunicazione viene usato dai bambini affetti da autismo. Esso è costituito da schede interne nelle quali vi sono attaccate le card che utilizzeranno per la comunicazione. Le card sono attaccate alle pagine tramite delle strisce di velcro.
Il bambino, per formulare la frase, dovrà scegliere le cards dalle pagine interne e attaccarle nella striscia di velcro posta sulla copertina del book.

Il restyling del quaderno di comunicazione prevede, oltre alla parte grafica, anche la sostituzione delle strisce di velcro usate per attaccare le cards con del nastro calmitato. Di conseguenza ho adattato anche le card a questo nuovo sistema di utilizzo, applicando dei magneti nel retro delle stesse, di modo che oltre ad essere utilizzate nel book possano essere utilizzate anche in altri contesti.

APP PER DISPOSITIVI MOBILI

L'idea di creare una App è nata in un secondo momento. Ho reallizzato la veste grafica pensando a bambini in età avanzata. La grafica è coerente con il resto del progetto, e permette al ragazzo di inserire nuove card, scattando foto o caricando le immagini presenti nel dispositivo mobile.

GRAPHIC DESIGN

L'importanza dello spazio negativo nel Graphic Design / Guo Xu

Ho trovato molto interessante l'idea centrale del suo progetto, che consiste nell'esprimere uno stato di reciproca integrazione dell'universo con la vita e la filosofia, rappresentandone una concezione in cui, come sottolinea Guo nella sua tesi, è possibile intravedere "il mondo in un fiore". Il lavoro si articola su due livelli di significazione: il significato esplicito e il significato implicito. Un concetto che troviamo nella forma del design grafico che ci presenta attraverso una serie di prodotti dal titolo "Galaxy nella vita" che spaziano dall'illustrazione al libro pop-up al video. Altrettanto importante e singolare, la tecnica di rappresentazione messa in atto nel suo progetto di tesi, si passa continuamente da un piano di lettura bidimensionale a uno tridimensionale, da uno stato dinamico a uno statico, cercando quindi di superare il limite della dimensione bidimensionale del foglio di carta, con il fine di trascinare l'osservatore in una coinvolgente esperienza fruitiva da leggersi in chiave espressiva - emozionale.

Enrico Pusceddu

Non smetteremo di esplorare, e alla fine di
tutto il nostro andare, ritorneremo al punto di
partenza per conoscerlo per la prima volta.

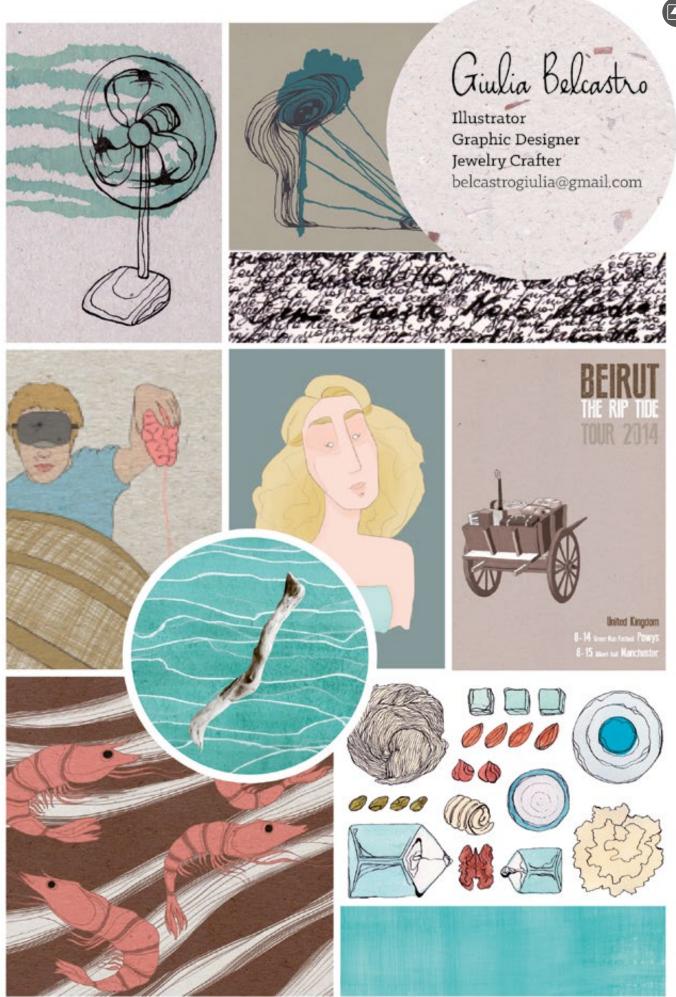
Thomas Sterne Eliot

VETRINA DEGLI STUDENTI

ILLUSTRAZIONE JESSICA GRANDOLA

Giulia Belcastro
Illustrator
Graphic Designer
Jewelry Crafter
belcastrogiulia@gmail.com

BEIRUT
THE RIP TIDE
TOUR 2014

United Kingdom
8-14 Powys
8-15 Manchester

PAOLO PUTORTÌ

Graphic Designer- Illustratore

pp_putor@hotmail.it

Paolo Putorti

349-4609980

www.paoloputorti.altervista.org

Illustrazioni Don chisciotte

Un Viaggio in Aspromonte

pianificazione e lancio di un'applicazione per dispositivi mobili

illustrator
[DIGITAL
graphic
designer
Accademia di musica
in
musica

photographer

GIULIANI VICTOR

victorgiuliani85@gmail.com
www.behance.net/VictorGiuliani
victorvectorillustrator
victor giuliani
victorgiuliani

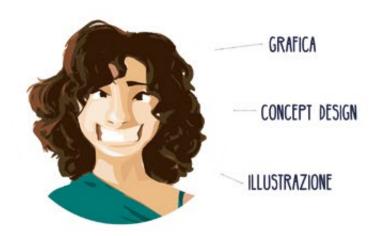
ARTIST]

web designer

D.A.M.A

DANCE ART MUSIC ACT

Santa Scolastica
Subiaco
Gemma Bianchi Carpinteri
Nonna Gemma racconta...

Aleksandra Belova
Illustrazione manuale e digitale
stampa d'arte
edizioni libri d'artista
Contatti:
email: alebelova89@gmail.com
instragram: alestration

GIULIA BERNARDINI

CONTATTI

 333-6795406

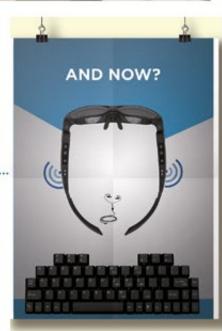
 gibi.grafica@gmail.com

 www.frizzycreativity.altervista.org

 Giulia Bernardini

WITH LOVE

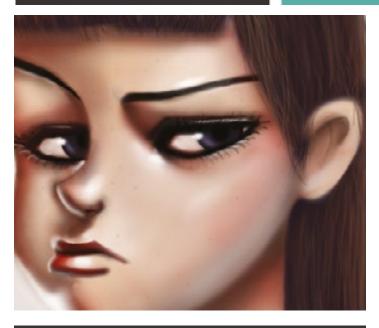
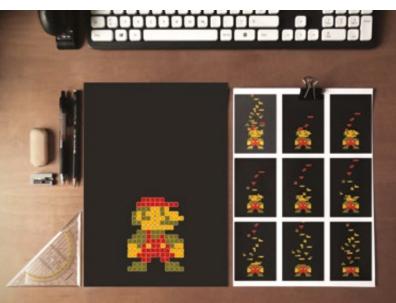
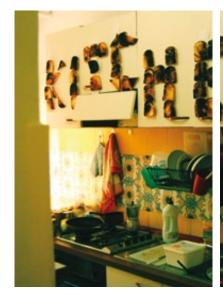
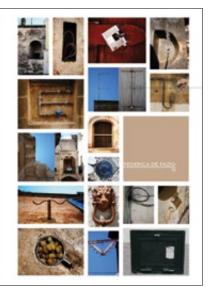
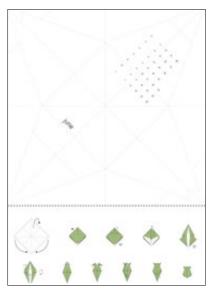
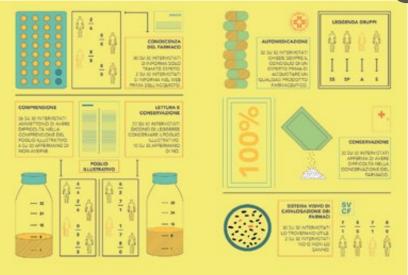
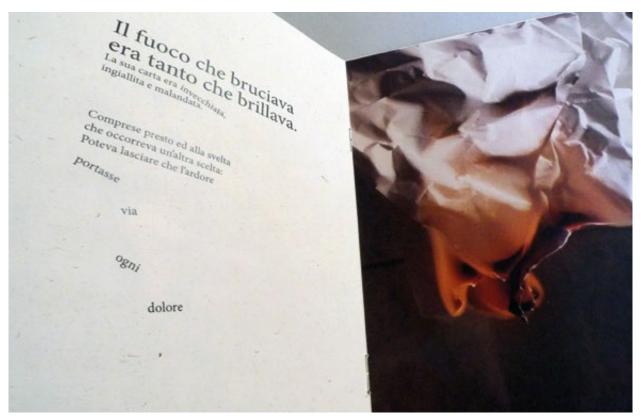
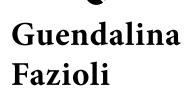
DA QUEL GIORNO...
LA SUA REALTÀ NON FU PIÙ LA STESSA

LUCA
PAPÀ
APRI I TUOI OCCHI E GUARDATI INTORNO

SABINA KERIMOVA

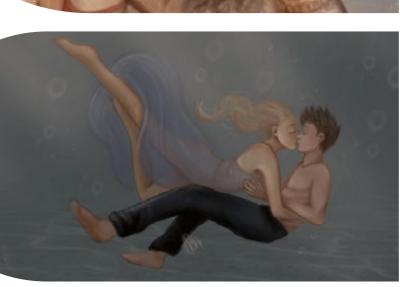
346-626-1732

kerimova.sabina91@gmail.com

binamade

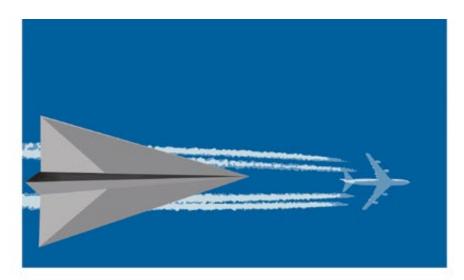
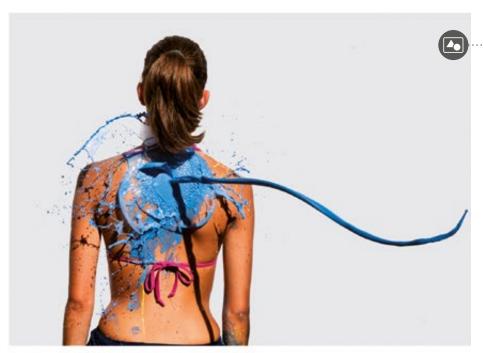
Binamade

GERMANA
DELLA ROCCA

ILLUSTRATOR & DREAMER

DELLAROCCAGERMANA@GMAIL.COM

ARIANNA CAPRA

Graphic designer & photographer

ari.cap@hotmail.it
frizzycreativity.altervista.org
3396747539
Arianna Capra

MTA
MTA

GLORIA COLAIANNI

GRAFICA - FOTOGRAFIA - ILLUSTRAZIONE

f gloriacolaianni   Bē Gloria Colaianni

gloriacolaianni@gmail.com

JAMMANDO
scuola di musica

Ludovico Ariosto
Orlando Furioso
Illustrazioni e canti

GAMER'S AGENDA

Il più bel viaggio, è quello che non è stato
ancora fatto.

Loick Peyron

RIFLESSIONI

ILLUSTRAZIONE JESSICA GRANDOLA

ILLUSTRAZIONE PAOLO PUTORTÌ

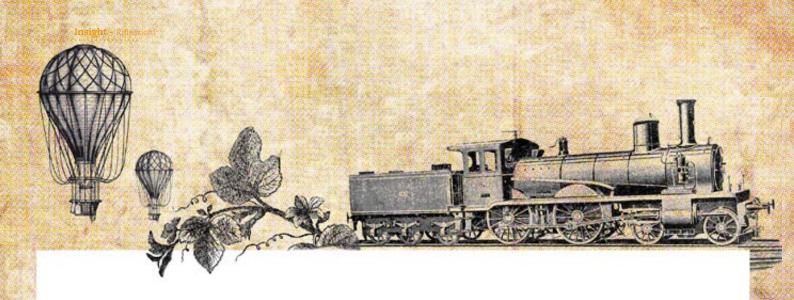
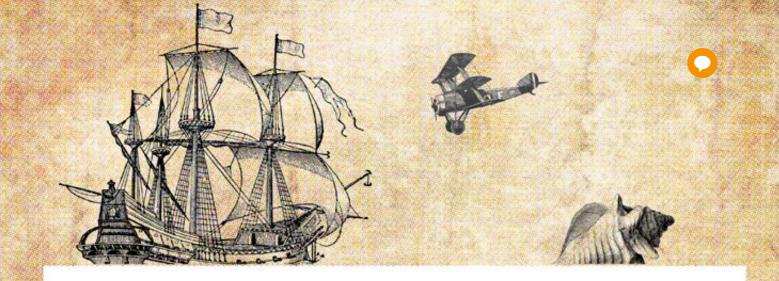
ILLUSTRAZIONE ELISA MERINO VAZQUEZ

Come viaggiare e non partire

di Rosa Sabina Passavanti

Non è una novità che viaggiare, lasciare il proprio Paese per immergersi in culture diverse potenzi la nostra conoscenza, le nostre abilità e in generale il nostro bagaglio culturale. La ricaduta positiva è soprattutto per la nostra intelligenza. Inoltre, diversi studi stanno dimostrando la capacità che hanno i viaggi di accrescere la creatività di ciascuno migliorando così una parte fondamentale dell'intelligenza e aumentando le sinapsi del nostro cervello.

Adam Galinsky, in qualità di ricercatore esperto sull'argomento, ha affermato che "le esperienze di viaggio migliorano la nostra capacità cognitiva, la profondità del pensiero e la creatività". Già una quindicina di anni fa, negli studi di management si affermava che gli scambi culturali in azienda, i viaggi e i semplici scambi culturali e di genere dei dipendenti possano aumentare la produttività e il successo dell'azienda. Certo il viaggio costringe il viaggiatore a confrontarsi con se stesso e con l'idea che aveva di quella realtà e di quella cultura prima di conoscerla. Studi condotti all'Università della California lo confermano: uscire dal proprio guscio aiuta a rafforzare la nostra identità e ad approfondire quali sono realmente i nostri valori e le nostre convinzioni. È consequenziale un accrescimento della nostra fiducia nel prossimo e nell'umanità.

«È l'animo che devi cambiare, non il cielo sotto cui vivi»
Seneca

Naturalmente il viaggio che può cambiarci e renderci migliori è quello che consente una vera e propria immersione tra gli abitanti del luogo, e che sia protratta nel tempo. Purtroppo è il tipo di esperienza che si fa sempre meno. Conciliare i tempi di lavoro con i viaggi e la facilità con la quale le mete diventano sempre più raggiungibili porta a fare dell'esperienza del viaggio un vero e proprio mordi e fuggi all'insegna della convenienza per il "last minute" che ci è capitato per caso.
L'idea di viaggio si è trasformata nel tempo. Nel Medioevo non esisteva il "viaggiatore" ma il "pellegrino". Per il Pellegrino la verità è altrove e il luogo non è quello dove dovrebbe essere, ma quello dove sogna di essere. La rilevanza data alla destinazione finale sottrae interesse al presente. Per il Pellegrino solo le strade hanno un senso e la casa, in quanto tentazione al rilassamento, distoglie dal giusto cammino. Nell'ottica tipicamente cristiana e medievale, la vita terrena è solo un'anticipazione della vita eterna e, conseguentemente, l'uomo è Pellegrino, sempre. Nel Medioevo gli eremiti per primi hanno fatto l'esperienza di essere sradicati e sgravati da oneri sociali. Il loro pellegrinaggio verso Dio era un puro esercizio di autocostruzione di sé ed è per questo motivo che la Chiesa ha sempre ostacolato il loro percorso volendo essere l'unica mediatrice fra l'uomo e Dio.
Nel mondo protestante, poi, si era realizzata una modalità di pellegrinaggio assolutamente opposta a quella degli eremiti. I protestanti non si avventuravano nel deserto ma trasformavano in deserto la loro vita quotidiana. Così come nel deserto si parla il linguaggio del nulla che attende di diventare qualcosa, così nell'ambiente protestante impersonalità, freddezza e vuoto sono parole essenziali.
Una spinta prepotente che spinge l'uomo ad andare avanti nel suo pellegrinaggio è la differenza fra il piacere, o la soddisfazione, desiderata e il piacere realmente ottenuto. La gratificazione differita insieme alla momentanea frustrazione forniscono il carburante necessario alla costruzione dell'identità.
Il pellegrino, nella sistematica costruzione della propria identità, trasforma lo spazio in deserto e solo dopo si accorge che, seppur è facile apporre segni in un deserto, questi segni non permangono. Pertanto si deduce che non è difficile costruire un'identità quanto conservarla preservandola da invadenze esterne. Col passar del tempo, per questa difficoltà di difesa dell'identità per cui il lavoro fatto può diventare inutile, i segni duraturi sono stati sostituiti da segni intrinsecamente obsolescenti. Così si è pervenuti all'idea che si può mutare e adottare nuove identità. In questo contesto sociale, ormai definito post-moderno, l'obiettivo diventa, pertanto, la possibilità di evitare ogni impegno ed è difficile da praticare una vita come pellegrinaggio. È più facile e contestualizzata vivere la vita come gioco con regole che cambiano continuamente.
Il viaggiatore contemporaneo evita impegni e viaggi a lungo termine perché chiude ogni rapporto velocemente, non si lega a lungo ad un posto e fa sì che il passato non influenzi il presente. In questa ottica il tempo si destruttura ed esiste

solo nella dimensione di un presente continuo frammentato in una sequela di episodi distaccati l'uno dall'altro, persistenti nella loro separatezza. Il proprio benessere economico non consiste nella somma e nell'impiego dei risparmi personali e familiari, ma esclusivamente nella possibilità di spendere. Diventa necessario, quindi, ottenere subito tutto ciò che si desidera perché il domani presenta l'incognita di una mancata gratificazione. Non è possibile applicare a questa società così disordinata e incoerente, un unico modello coerente.
È chiaro, a questo punto, che il "pellegrino" è stato sostituito. Il nuovo tipo che si affaccia all'orizzonte è il viaggiatore "vagabondo". Infatti, la vita come vagabondaggio è profondamente diversa dalla vita come pellegrinaggio. Il vagabondo, o flaneur come lo chiama Baumann, è un simulatore, anzi è il simulatore per eccellenza. Un tipo così, senza padroni e con la libertà (apparente) di sfuggire a qualunque controllo, poteva essere terrificante e destabilizzante per l'età moderna, mentre si inserisce perfettamente nel contesto sociale post-moderno rappresentando un altro aspetto del mutamento.
Da quando il fenomeno definito "turismo" ha assunto dimensioni globali sono mutate le sue caratteristiche. Infatti, il viaggiatore attuale trova uno scopo nella ricerca sistematica di nuove esperienze, di novità e diversità rispetto al quotidiano. La nuova esperienza, però, deve essere momentanea, risultare solo episodica nel contesto della vita. Ciò consente di scegliere più facilmente e di scrollarsi di dosso velocemente l'esperienza fatta per passare all'evento successivo. Naturalmente si coglie la forte attrazione verso ciò che è diverso e strano purché sia in dimensione contenuta e sia finalizzato al divertimento e all'eccitazione. Il mondo del turista poggia su criteri prevalentemente legati all'immagine, in sintonia col suo tempo nel quale si impone una sorta di estetizzazione anche a discapito di altre dimensioni, in particolare quella morale. Il turista per affrontare la ricerca di avventure pseudo-pericolose, parte sempre dalla sua casa, dal centro delle sue sicurezze. Potrebbe essere interessante indagare a quanto ammonta il tempo trascorso "a casa" e quanto "da turista". Questo per stabilire quanto sente il bisogno di casa, di sicurezza, di rifugio e quanto, invece, avverte la paura di essere legato al contingente, alla casa intesa non più come rifugio ma come prigione. Inizialmente abbiamo affermato che si può viaggiare senza partire. Infatti, si può viaggiare in tantissimi modi: c'è chi viaggia sempre e non parte mai; c'è chi parte e va lontano senza bisogno di viaggiare; c'è chi parte e viaggia e c'è chi non parte e non viaggia. Quindi si può viaggiare fisicamente o solo mentalmente. La vita stessa è un viaggio che inizia con la nascita, viaggio complicato: un mare in tempesta che travolge la sicurezza del nascituro e il suo galleggiante quieto benessere che rappresentano il preludio alla vita. Possiamo concludere, quindi, affermando che viaggiare è un modo di essere e di concepire la vita: soddisfare intelligenti curiosità e imparare ad ascoltarsi, anche e soprattutto, conoscendo e incontrando l'altro; oppure impegnare il proprio tempo continuamente fuggendolo.

In viaggio

di Alessandra Cigala

OPERA
THE KEY IN THE HAND
DI CHIHARU SHIOTA

"Quando ti metterai in viaggio per Itaca
devi augurarti che la strada sia lunga,
fertile in avventure e in esperienze...
Itaca ti ha dato il bel viaggio,
senza di lei mai ti saresti messo
sulla strada: che cos'altro ti aspetti?..."

(Costantino Kavafis, Itaca)

"...Posare i piedi sul medesimo suolo per tutta la vita può provocare un pericoloso equivoco, farci credere che quella terra ci appartenga, come se essa non fosse in prestito, come tutto è in prestito nella vita. Costantino Kavafis lo ha detto in una straordinaria poesia intitolata ***Itaca***: il viaggio trova senso solo in se stesso, nell'essere viaggio. E questo è un grande insegnamento se ne sappiamo cogliere il vero significato: è come la nostra esistenza, il cui senso principale è quello di essere vissuta." Nelle parole di Antonio Tabucchi, che in una bella conversazione di introduzione alla raccolta dei suoi scritti *Viaggi e altri viaggi* ci rende partecipi di cosa significhi il viaggio per lui, si racchiude il senso più profondo del viaggio, che è prima di tutto un percorso all'interno di se stessi. Già dall'etimo – il latino *viaticum*, il viatico, la ricerca di una via – emerge ciò che spinge a intraprendere il cammino: il bisogno di cambiamento, la tensione verso la scoperta, l'aprirsi alla meraviglia, la sete di conoscenza, la curiosità verso il futuro, in breve l'abbracciare la dimensione della ricerca di territori inesplorati fuori e dentro di sé.
Sterminata la letteratura sul viaggio, archetipo frequentato dai tempi più antichi dalla mitologia, dalle cosmogonie, dalle diverse tradizioni religiose e sapienziali. Coincide spesso con un percorso iniziatico che, attraverso il superamento di prove e ostacoli, porta alla conquista di una conoscenza superiore. Il viaggio dell'eroe: Ulisse, Eracle, Orfeo, Teseo, oppure Mosè che guida il suo popolo, Parsifal o Lohengrin alla ricerca del sacro Graal, ma anche tanti protagonisti delle favole che si addentrano nella foresta oscura. I riti di passaggio dei romanzi di formazione, la ricerca di una Terra promessa, il pellegrinaggio in Terrasanta, al di là della meta cui tendono si fanno metafora di un cammino alla scoperta di sé. Tensione che viene infine esplicitata nella figura del viandante che, nella poetica romantica, è il viaggiatore senza meta, il *Viandante sul mare di nebbia* di Friedrich che si perde nella contemplazione sublime della natura. Sentimento ripreso poi da Baudelaire per cui può dirsi viaggiatore solo chi si mette in viaggio con l'unico scopo di partire, insoddisfatto del proprio presente, sognando un ignoto inaccessibile, perché l'unico viaggio che abbia un senso è quello che l'uomo compie all'interno di sé. E lo stupore dello straniero che vede con occhi nuovi la realtà cui approda, per Benjamin è lo stesso di chi torna a visitare i luoghi del proprio passato, perché anche un viaggio nel tempo è un viaggio nella lontananza.
Antonio Tabucchi individua nella dicotomia Terra/Mare una chiave di lettura che travalica la dimensione geografica dello spostarsi per assumere una connotazione filosofica che porta alla luce una seconda opposizione, tra Permanenza e Lontananza. Dove la Lontananza rimanda alla sete di conoscenza e di avventura e perciò al Mare, mentre la Permanenza si identifica con una riflessione sul proprio radicamento e sulla propria identità, trovando quindi forma nella Terra.
L'invito a salpare per il viaggio della vita trova il suo simbolo più antico nell'imbarcazione che si muove tra i flutti, scelto dal Cristianesimo delle origini. Lo ritroviamo, immutato nel suo potere evocativo, in alcune opere recenti che nell'ultima Biennale di Venezia si sono caricate di ulteriore polisemicità: le barche di Chiaru Shiota, pronte a prendere il largo raccogliendo le nostre memorie; le vecchie barche maiorchine di Fabrizio Plessi, le *llaut*, tirate in secco e ormai stanche, al cui interno si riverbera ancora nella luce azzurrina il rumore del mare, ricordo di mille traversate.
Navigazioni, cammini, viaggi nel tempo e nello spazio o nella propria intimità più recondita.
Eppure forse potremmo convenire anche noi con Tabucchi che i viaggi più straordinari "... sono quelli che non ho mai fatto, quelli che non potrò mai fare. Restano non scritti, o chiusi in un loro segreto alfabeto sotto le palpebre, la sera. Poi arriva il sonno, e si salpa."

Postilla: c'è un'altra imbarcazione che dovremmo tutti tenere a mente in questi giorni cupi, abitati dall'orrore. E il motto che la accompagna nello stemma di Parigi, *Fluctuat nec mergitur* (oscilla tra le onde ma non affonda), sia quello di tutti noi.

Fai di te stesso un brand

Riccardo Scandellari
Dario Flaccovio Editore

Il testo è "usabile" da tutti, fornisce nozioni basilari in maniera semplice, senza troppi dettagli tecnici, ideale per chi si avvicina per la prima volta al personal branding. Dal neofita al curioso, dal politico alla rockstar, il libro di Scandellari è un'utile risorsa per valorizzare, attraverso i social media, chi siamo e cosa facciamo.

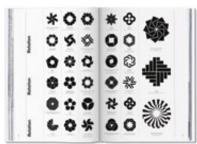
Yellow

OFF LIFE

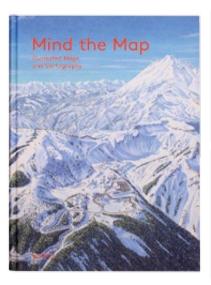
La raccolta nasce dall'idea dei fondatori di Off Life, uno street press gratuito a fumetti, per dimostrare che l'illustrazione editoriale non è soltanto un medium decorativo bensì la voce narrante delle notizie.

Logo modernism

Jens Müller
Taschen

Un volume prezioso sia per chi progetta loghi, sia per chi voglia immergersi nella fascinosa storia dei marchi commerciali, tra cui sono riportati anche molti italiani. Oltre 400 pagine in cui i loghi vengono prima divisi in tre macro-categorie (geometrici, tipografici, a effetto), a loro volta divisi in sottocategorie (con forme animali, linee, punti, frecce, cerchi, quadrati, lettere dell'alfabeto, sovrapposizioni, strutture 3D, rotazione degli elementi, ecc.), accompagnati da piccoli saggi scritti da Müller e da Remington.

Artists living with art

Stacey Goergen, Amanda Benchley e Oberto Gili
Harry N. Abramse Publishing

Il catalogo mostra appartamenti, loft e ville di 25 artisti e quali opere hanno e soprattutto dove e come le hanno integrate con l'arredamento. Quadri, sculture e pezzi di storia del design, semplici ricordi senza alcun valore economico e oggetti da mercatino delle pulci.

Mind the map

Antonis Antoniou
Gestalten

La pubblicazione raccoglie decine e decine di immagini di mappe realizzate da alcuni tra i migliori artisti e designer in circolazione: da quelle pensate per uso turistico a quelle create per raccontare una storia o illustrare statistiche, dati economici e politici, passando per opere puramente sperimentali o nate come grafiche per poster, stampe ecc... Ma c'è anche spazio per piccole interviste e approfondimenti con alcuni dei protagonisti del libro, per vedere come e perché nasce una mappa.

Virtual worlds as Philosophical Tools

Stefano Gualeni
Palgrave Macmillan

Sperimentare mondi che non sono "reali" cambierebbe il nostro modo di strutturare i pensieri? I mondi virtuali possono aprire nuove possibilità di fare filosofia? *Virtual Worlds as Philosophical Tools* prova a rispondere a queste domande da una prospettiva che combina la filosofia della tecnologia con la progettazione di videogame.
Ispirandosi al lavoro di Martin Heidegger ed altri filosofi della tecnologia, il testo analizza il rapporto degli esseri umani con mondi virtuali e quali possano essere i cambiamenti evolutivi. Gualeni afferma ed illustra come i computer stanno contribuendo al fiorire di una nuova forma di umanesimo.

iRevolution

Irene Alison
Postcart

Che cos'è la mobile-photography? In che modo segna i processi della comunicazione e trasforma forme e strutture della fotografia professionale? Questo libro è una riflessione intorno all'utilizzo del telefono cellulare come strumento di ripresa, al suo potenziale, i suoi limiti, il suo uso progettuale e autoriale, il suo impatto sul linguaggio visivo e sui meccanismi del mercato. È il tentativo di scrivere una storia del presente, ragionando su alcuni interrogativi che segnano il contemporaneo fotografico.

PROVA ANCHE....

SULLA STRADA

Jack Kerouac
Oscar Mondadori

Sal Paradise, un giovane newyorkese con ambizioni letterarie, incontra Dean Moriarty, un ragazzo dell'Ovest. Uscito dal riformatorio, Dean comincia a girovagare sfidando le regole della vita borghese, sempre alla ricerca di esperienze intense. La fuga continua di Dean ha in sé una caratteristica eroica, Sal non può fare a meno di ammirarlo, anche quando febbricitante, a Città del Messico, viene abbandonato dall'amico, che torna negli Stati Uniti.

ANATOMIA DELL'IRREQUIETEZZA

Bruce Chatwin
Adelphi

Si tratta di racconti brevi, storie e schizzi di viaggio, ritratti. È "un viaggio con Chatwin alla scoperta di Chatwin": forse mai come in questo libro Chatwin è stato prossimo a rivelare che cosa stava al fondo del suo essere e della sua inquietudine di uccello migratore, devoto per istinto alla "alternativa nomadica".

L'UOMO ARTIGIANO

Richard Sennett
Feltrinelli

Una ricerca sul significato più profondo di "lavoro fatto a regola d'arte", un percorso storico che analizza e ricostruisce le linee di faglia che separano tecnica ed espressione, arte ed artigianato, creazione ed applicazione. Saper fare bene le cose per il proprio piacere aiuta ad essere anche un cittadino giusto.

ILLUSTRAZIONE ALEKSANDRA BELOVA

accademia
di belle arti
di roma